

Regiojournalistiek in spagaat

Regiojournalistiek in spagaat

**De kwaliteit van het redactieproces in de regionale journalistiek; een
case-studie**

Proefschrift

ter verkrijging van de graad van doctor

aan de Radboud Universiteit Nijmegen

op gezag van de rector magnificus prof. dr. Th.L.M. Engelen,

volgens besluit van het college van decanen

in het openbaar te verdedigen op donderdag 30 oktober 2014

om 14.30 uur precies

door

Kees Buijs

geboren op 10 november 1945

te Mook

Boom Lemma uitgevers

Den Haag

2014

Promotor: Prof. dr. F.P.J. Wester

Copromotor: Dr. E.J.S. Hijmans

Manuscriptcommissie:

Prof. dr. J.L.H. Bardoel

Prof. dr. M.J. Broersma (Rijksuniversiteit Groningen)

Prof. dr. P.C. Neijens (Universiteit van Amsterdam)

Dr. P. Bakker (Hogeschool Utrecht)

Dr. A.R.J. Pleijter (Fontys Hogeschool Tilburg)

Omslagontwerp: Cunera Joosten, Amsterdam

Tekening omslag: Stefan Verwey

© 2014 Kees Buijs | Boom Lemma uitgevers

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprerecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprerecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN 978-94-6236-484-4

NUR 813

www.boomlemma.nl

Inhoudsopgave

1	Regionale journalistiek in verandering	1
1.1	Aanleiding van het onderzoek	1
1.2	Regionale nieuwsmedia in stroomversnelling	2
1.3	Het belang van regiojournalistiek	9
1.4	De editieredactie als bindende factor	10
1.5	Focus en doelstelling van het onderzoek	14
2	De kwaliteit van het redactieproces	19
2.1	Het redactieproces	19
2.2	De kwaliteit van het redactieproces: drie perspectieven	23
2.3	Redactionele kerntaken en professionele spanningsvelden	39
2.4	Vraagstelling van het onderzoek	55
3	Opzet en uitvoering van het onderzoek	59
3.1	De onderzoeksopzet	59
3.2	Selectie van editieredacties	61
3.3	Soorten informatie en procedures voor de gegevensverzameling	63
3.4	Analyseprocedures en controletechnieken	79
3.5	Beschrijving van de editieredacties Tilburg, Oss en Arnhem	83
3.6	Conclusie	106
4	Overleg, nieuwsselectie, nieuwsgaring	109
4.1	Overlegstructuren in de nieuwsselectie	109
4.2	Structuren in de nieuwsgaring	117
4.3	Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen in het nieuwsproces	128
4.4	Spanningsvelden en dilemma's in nieuwsselectie en nieuwsgaring	132
5	Het productieproces op editieredacties	149
5.1	Structuren in het productieproces	149
5.2	Kenmerken van de nieuwsproducten	156
5.3	Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen in het productieproces	181
5.4	Spanningsvelden en dilemma's in het productieproces	183

6	Editieredacties en de lezers	191
6.1	De identiteit van regionale dagbladen	191
6.2	De lezer in het redactieproces	194
6.3	Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen met het oog op de lezer	202
6.4	Spanningsvelden en dilemma's met het oog op de lezer	204
7	Samenvatting, conclusie en discussie	211
7.1	Samenvatting van het onderzoek	211
7.2	Conclusie: voldoet de redactionele kwaliteit?	219
7.3	Discussie	223
	Summary	229
	Bijlagen	243
1	Het ochtendoverleg op de editieredactie	243
2	Een Tilburgse dag uit het logboek	244
3	Instrument inhoudsanalyse	246
4	Voorbeeld weekoverzicht in het logboek	249
5	Topiclijst interviews redacteurs	251
6	Een vergaderdag op de redactie Arnhem	252
7	Inventarisatie soorten nieuwsbronnen	256
8	De gang van persberichten	257
9	Herkomst van prominent gebrachte artikelen	265
10	Bronnen in de editieberichtgeving	268
	Literatuur	271
	Dankwoord	285
	Over de auteur	287

1 Regionale journalistiek in verandering

1.1 Aanleiding voor het onderzoek

Dit onderzoek naar de kwaliteit van de regionale journalistiek heeft twee achtergronden.

De eerste achtergrond ligt in het Katholiek Instituut voor Massamedia (KIM), dat een traditie heeft in het bevorderen van onderzoek naar en debat over de kwaliteit van de journalistiek. Een eerdere studie van het KIM, midden jaren negentig verricht, beperkte zich tot beschouwingen en discussierondes met betrokkenen uit de mediawereld over de kwaliteit van kranten (Van Hoof e.a., 1996). Uit dat onderzoek kwamen twee proefschriften voort: *Kranten met karakter* (Van Hoof, 2000) en *Journalistiek als kwestie van bronnen* (Rennen, 2000).

Het KIM vroeg mij in 2006 een inventarisatie te maken van de (veranderende) opvattingen over journalistieke kwaliteit, en ideeën te leveren voor onderzoek naar de dagelijkse praktijk op nieuwsredacties. Dat is neergeslagen in *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk* (2008, 2^e herziene druk 2011). Daarbij kon ik voortbouwen op de voorgaande studies, die ik heb aangevuld met literatuuronderzoek over de periode vanaf 2000.

Inventarisatie en ordening van de uiteenlopende opvattingen en praktijken bij oude én nieuwe media leidden tot de bevinding dat onder de dekmantel van journalistieke kwaliteit verschillende kwaliteitsconcepten, stijlen of genres huizen. Met deze ideaaltypische kwaliteitsconcepten als vertrekpunt opperde ik ideeën voor onderzoek naar de kwaliteit van het journalistieke proces op nieuwsredacties (Buijs, 2011: 263-278).

De tweede achtergrond wordt gevormd door de turbulente ontwikkelingen in journalistiek en mediasector, die ik voor een deel zelf heb mogen meemaken in mijn loopbaan in de journalistiek. De journalistiek staat voor de grootste omslag in haar bestaan, door gelijktijdige veranderingsprocessen in de technologie, het mediagebruik en de mediasector zelf, constateerde Bardoel in zijn oratie *Toekomst voor de journalistiek* (2010). Een van de veranderingen betreft het productieproces

op dagbladredacties, dat vóór de komst van internet gericht was op het eens per etmaal uitbrengen van een totaalpakket aan berichtgeving, maar dat nu overdag en 's avonds tevens een permanente stroom afzonderlijke berichten op internet genereert. Dagbladredacties transformeerden in multimediaal en crossmediaal producerende nieuwsdiensten.

De veranderingen in het medialandschap zijn zeer duidelijk naar voren gekomen in de positie van regionale dagbladen. Dit roept de vraag op wat deze ontwikkelingen betekenen voor de dagelijkse gang van zaken op editieredacties, die de ogen en oren van deze dagbladen zijn. In het onderhavige onderzoek heb ik beide achtergronden gecombineerd door de vraag naar de journalistieke kwaliteit toe te spitsen op het functioneren van editieredacties van regionale dagbladen.

In dit hoofdstuk zal ik in § 1.2 eerst een schets geven van de veranderingen die zich de afgelopen vijftig jaar in de regionale journalistiek hebben voorgedaan. Vervolgens zal ik ingaan op de functies die de regionale nieuwsjournalistiek heeft te vervullen in de samenleving (§ 1.3) en op de editieredactie als organisatorische eenheid en bindende factor (§ 1.4). Aan de hand van de rol van de redactie in het waarmaken van de functies van regionale journalistiek, formuleren we in § 1.5 de hoofdvraag en het doel van het onderzoek.

1.2 Regionale nieuwsmedia in stroomversnelling

De regionale kranten zijn al lange tijd onderwerp van herstructureringen. Toen eind 2008 weer eens de discussie oplaaide over eventuele overheidssteun aan regionale kranten, typeerde Bakker de situatie als een 'bloedbad in de regio': oplages dalen snel, vrijwel nergens is nog keuze uit verschillende titels terwijl de positie van regionale kranten in hun verspreidingsgebied in een rap tempo verzwakt (Bakker, 2008b; 2010). Hoewel enkele succesvolle regionale dagbladen nog tot ver in de jaren negentig bleven groeien, zette de structurele daling van de regionale dagbladsector al in de jaren tachtig van de vorige eeuw in (Bakker, 2004; 2010). Maar ook daarvoor al, in de jaren zestig was de regionale krantenmarkt heftig in beweging. Dagbladen fuseerden, titels verdwenen, redacties staakten, lezers werden ongevraagd van de ene titel naar de andere geschoven.

In de jaren zestig begon ook mijn journalistieke loopbaan, in Rotterdam. Daarna werkte ik op regionale krantenredacties in Arnhem en Nijmegen. Aan het begin van deze eeuw verruilde ik de journalistiek voor de universiteit, maar mijn belangstelling voor journalistiek, in het bijzonder de regiojournalistiek, is gebleven. Het is een van de drijfveren achter dit onderzoek. Wat er de afgelopen decennia

gebeurde met de kranten in de steden waar ik korte of langere tijd werkte, is exemplarisch voor de ontwikkeling van de regiopers in een groot deel van Nederland.

Van vier regionale kranten naar één stadskatern

Mijn persoonlijke verhaal begint in het voorjaar van 1966 op de editieredactie van Het Vrije Volk (HVV) in Rotterdam, waar ik als leerling-journalist vanaf half zeven 's ochtends verslagen bewerkte van correspondenten van Leerdam tot Goeree-Overflakkee, die vier cent per geplaatste regel betaald kregen. Als ik hun kopij naar hun mening te drastisch had bekort, belden ze mijn chef boos op, want ik kwam aan hun broodwinning. Was een redacteur op een van de vele eenmansposten ziek of met vakantie, dan werd ik er als vervanger heen gestuurd. Ik had geen idee hoe ik in Vlaardingen, Gouda of Delft dagelijks een pagina gevuld moest krijgen, want ik kende er niemand. Maar wat deed het ertoe? In Rotterdam vulden ze de gaten op mijn pagina simpelweg met stukken uit andere edities.

De Maasstad telde in de jaren zestig vier Rotterdamse kranten. Naast Het Vrije Volk (toen nog de partijkrant van de PvdA) verschenen er het Rotterdamsch Nieuwsblad (neutraal), de Nieuwe Rotterdamsche Courant (de behoudend liberale krant van de havenbaronnen) en De Rotterdammer (protestants-christelijk). Een vijfde Rotterdamse krant, de katholieke De Maasbode, was eind jaren vijftig gefuseerd met De Tijd. Naast deze kranten hadden De Telegraaf, Het Parool en Trouw eigen redacties in Rotterdam. Verder bracht het landelijke Algemeen Dagblad vanuit zijn Rotterdamse thuisbasis meer nieuws uit het Rijnmondgebied. Het waren de nadagen van de verzuilde pers. De regionale kranten waren te klein om op eigen benen te blijven staan of droegen de loden last van een topzwaar editiestelsel. Het Rotterdams Parool hield in 1971 op te bestaan. In hetzelfde jaar ging De Rotterdammer op in het eveneens noodlijdende Trouw en werd het Rotterdamsch Nieuwsblad, in 1969 verkocht aan Sijthoff, een kopblad van de Haagsche Courant. Van het landelijke Vrije Volk, dat in zijn naoorlogse hoogtijdagen over heel Nederland 44 plaatselijke edities telde, bleef eind 1971 alleen de vestiging Rotterdam met zijn Zuid-Hollandse edities over (Mulder, Arlman & Den Tex, 1980: 149 e.v.).

In 1984 hief HVV de edities buiten Rotterdam op. Het Rotterdams Nieuwsblad en HVV gingen samenwerken in de Avondbladen Combinatie Rotterdam; zeven jaar later fuseerden beide kranten tot het Rotterdams Dagblad, eigendom van NDU, tevens uitgever van het Algemeen Dagblad. Op zijn beurt bleef van het Rotterdams Dagblad in 2005 een plaatselijke katern over in het AD.

De Nieuwe Rotterdamse Courant fuseerde in 1970 met het Algemeen Handelsblad tot NRC Handelsblad. Al met al had Rotterdam een groot aandeel in de forse teruggang van zelfstandige dagbladtitels en uitgeverijen in Nederland (Gemeente-archief Rotterdam, 2011).

Oud-journalist Roodenburg schreef in 2012 in het vakblad van journalisten: ‘In de gemeente Rotterdam waren er in het begin van de jaren zeventig drie persvoorlichters en zo’n tachtig dagbladjournalisten die zich met plaatselijke berichtgeving bezig hielden. Nu heeft de gemeente tachtig voorlichters en drie dagbladjournalisten die zich met de gemeente bezig houden.’

Van drie regionale kranten naar één

Na een jaar in Rotterdam en op editieposten in de Randstad en Twente werd ik overgeplaatst naar Het Vrije Volk in Arnhem. In de Gelderse hoofdstad verschenen drie plaatselijke kranten: naast HVV waren het de Arnhemse Courant (AC, liberaal/neutraal) en het Arnhems Dagblad, kopblad van de katholieke Gelderlander. De redacties van de Gelderse HVV-edities buiten Arnhem bestonden uit een of twee redacteuren, en soms slechts uit een enkele plaatselijke correspondent. HVV en AC waren ongeveer even groot en bevochten elkaar op leven en dood. Het Arnhems Dagblad was en bleef klein.

Ook in Arnhem werd 1971 een sleuteljaar. Het Gelderse Vrije Volk werd in het kader van de landelijke onttakeling verkocht aan Audet, de holding van katholieke dagbladen waaronder De Gelderlander in Nijmegen. Met de aankoop werd De Gelderlander verlost van een kopblad in Arnhem dat in z’n eentje geen groeiperspectieven had. Door de overname waren de Nijmegenaren ook in de Gelderse hoofdstad de grootste krant.

HVV en Arnhems Dagblad gingen in Arnhem en het Rivierengebied als één krant verder onder de titel De Nieuwe Krant. De weinigzeggende titel was gekozen uit angst dat de titel De Gelderlander het rode deel van de abonnees zou weggagen, want rood en De Gelderlander verdroegen elkaar toen niet.

In de jaren die volgden deed de rood-roomse redactie in Arnhem haar best zich in woord en krant af te zetten tegen het Gelderlanderbolwerk in Nijmegen. Binnen de Arnhemse redactie had het roomse smaldeel het gevoel te zijn overgenomen door de roden in plaats van andersom (Van Beek, 1988). Aan het plaatselijk front bleef er een sterke rivaliteit tussen de twee overgebleven kranten, met de Arnhemse Courant als underdog. Mede door intensieve wervingscampagnes was het percentage overstappende abonnees in Arnhem groter dan waar ook.

Zestien jaar na de overname leek het anti-Gelderlandersentiment onder de abonnees voldoende weggeëbd om de titel De Nieuwe Krant te vervangen door De Gelderlander.

Naar forse groei en terug

Intussen was ik in 1978 met het afronden van mijn studie sociologie – die ik naast mijn werk was begonnen – overgestapt naar de Gelderlanderredactie in Nijmegen. Het jaar ervoor was het dertig jaar lange tijdperk van hoofdredacteur Louis Frequin afgesloten. Zijn opvolger Hulskorte besloot stevig te investeren in de editie-redacties en de editiepagina's. De een- en tweemansposten in Rivierenland en Achterhoek werden uitgebreid, er kwamen redactiekantoren bij in de regio. In de jaren tachtig en negentig groeide De Gelderlander uit tot de grootste regionale krant van Nederland, vooral dankzij winst in de regio, daarbij geholpen door de zwakte van de regionale concurrentie. De redactie groeide mee, de krant werd dikker en dikker, zowel editioneel als algemeen. Een tijdlang werd de slogan 'twee kranten voor één geld' goeddeels waargemaakt.

Eind jaren tachtig was de krant in de Nijmeegse binnenstad uit zijn jasje gegroeid. Audet had te weinig geld voor grote investeringen in nieuwe drukpersen en gebouwen, en de Audetkranten werden verkocht aan het kapitaalcrachtige VNU, dat al kranten in Brabant bezat. VNU-topman Brentjens verwelkomde de nieuw verworven kranten als *cash cows* voor VNU, een term die hij nuanceerde na kritische reacties van hun redactieraden. Binnen enkele jaren verrees aan de Waal een imposant gebouw met imposante offsetpersen. Hier kwam het merendeel van de ruim 600 Gelderlandermedewerkers te werken. De redactiesterkte – ca. 80 fte eind jaren zeventig – was ruim tien jaar later bijna verdubbeld.

De regionale concurrentie had het moeilijk. In 1992 stopte het Nijmeegs Dagblad, enkele jaren later verloor de Graafschapsbode zijn titel en daarmee een deel van zijn identiteit. Alleen in de Gelderse hoofdstad bood de Arnhemse Courant nog tegenspel aan De Gelderlander. Tot VNU rond de eeuwwisseling op het internationale overnamepad ging en zijn dagbladen in Nederland in de verkoop deed. Nooit eerder waren de rendementen zo hoog geweest. Wegener, waarvan de Arnhemse Courant deel uitmaakte, betaalde 1,4 miljard gulden voor de VNU-kranten. Na enige strubbelingen met de NMa ging de AC op in De Gelderlander. De oplage steeg boven de 200.000, de fusieredactie telde 234 fte's, waarvan ca. 150 op de editieredacties. Op de vergrote Arnhemse redactie vormde de ex-AC'ers een minderheid. Net als de ex-AD'ers in 1971 voelden zij de overname door Wegener meer als een overname van de AC *door* De Gelderlander.

De weelde van een riant redactiebezetting duurde niet lang. De kosten van de mega-overname moest Wegener betalen uit het rendement op de nieuw verworven kranten en uit efficiencymaatregelen. De economie zakte in, en daarmee ook de advertentie-inkomsten. Het concern begon te saneren, afdelingen samen te voegen en te centraliseren, redacties in te krimpen en taken uit te besteden. Dat zette versneld door toen het Britse investeerdersconsortium Mecom in 2007 voor 800 miljoen euro Wegeners grootste aandeelhouder werd.

Redactiekantoren in de regio die in de jaren zeventig en tachtig waren geopend, werden weer van de hand gedaan. De ene ondersteunende afdeling na de andere verdween uit het Gelderlander-hoofdkantoor. Technische afdelingen werden opgeheven. De drukkers kwamen in dienst van een aparte Wegener-bv en waren geen Gelderlander-medewerkers meer. In 2009 stopten de persen in Nijmegen voorgoed. Anno 2014 wordt de krant 's nachts gedrukt in Apeldoorn en Best.

In tien jaar daalde het aantal Gelderlander-medewerkers van meer dan 600 naar 200. Het grote gebouw aan de Waal werd leger en leger. Onderhuurders waren welkom. De vaste redactiesterkte van De Gelderlander, centraal en edities, was sinds 2001 met 100 fte (43 %) verminderd. De oplage van de fusiekrant Gelderlander/AC zakte terug tot ca. 140.000: evenveel als De Gelderlander in zijn eentje begin jaren tachtig had. Desondanks bleef het de grootste regionale krant van Nederland.

Amper twintig jaar nadat koningin Beatrix de Gelderlander-nieuwbouw feestelijk had geopend, werd het complex gesloopt om plaats te maken voor luxe appartementen. Voor de resterende Gelderlanders huurde Wegener een leegstaand kantoorpand. Ook aan de Waal.

Mecom had met de wereldwijde crisis van 2008 de droom van een Europees regionaal krantenimperium uiteen zien spatten. Alleen Wegener leverde de Britse eigenaren nog een redelijk rendement op. In 2012 zette Mecom al zijn uitgeefactiviteiten in Europa te koop. Omdat op Wegener geen bod werd gedaan dat de aandeelhouders aanvaardbaar vonden, werd Wegener een jaar later weer uit de etalage gehaald, waarna een nieuwe ronde bezuinigingen werd afgekondigd (Van de Geijn, 2014). Het personeelsbestand van Wegener was in vijftien jaar gedaald van ruim 8000 naar minder dan 2500. Medio 2014 bracht het Belgische uitgeefconcern De Persgroep (in Nederland eigenaar van o.m. AD, de Volkskrant, Trouw en Het Parool) een overnamebod van 245 miljoen euro uit op de Wegenerdagbladen en alle overige uitgeverijen van Mecom in Nederland en Denemarken. Hoofredacteuren reageerden opgelucht; een onzalig hoofdstuk was afgesloten (Van de Geijn, 2014).

Een landelijke trend

Regionale kranten kampen met ontwikkelingen waarmee alle traditionele media te maken hebben, én met ontwikkelingen die hen in het bijzonder treffen. Een overzicht:

- Tussen 1981 en 2003 daalde de oplage van de gezamenlijke regionale kranten van 2,8 naar 2,3 miljoen. De daling van 19 % was sterker dan die van de landelijke dagbladen (-8 %) (Bakker, 2004). Daarna zette de trend zich voort. In tien jaar tijd daalde de betaalde krantenoplage met meer dan een miljoen. Vooral de regionale titels leverden in: tussen 2000 en 2012 van 2,3 miljoen naar 1,6 miljoen, een daling van 30 % (Bakker, 2013). Wegener, dat het grootste deel van de regionale dagbladenmarkt in handen heeft, verloor in tien jaar 225.000 abonnees (CvdM, 2012).
- Toch bereiken de regionale kranten nog steeds een groot publiek dankzij de optelsom van bereik in print en online (Cebuco, 2013). Maar de inkomsten dalen door de terugloop van de betaalde oplage, de overstap van adverteerders naar online en de economische crisis die in 2008 inzette.
- Regionale nieuwsmedia zijn van oudsher geworteld in de regio. Maar de binding wordt losser. De groeiende mobiliteit van mensen en een verminderde betrokkenheid bij de eigen leefomgeving vormen een specifiek probleem voor regionale dagbladen (Broersma, 2003). Het (betaalde) regionale dagblad, leidend medium in nieuws, achtergronden en opinie over gemeente en regio, is in steeds minder huishoudens een vanzelfsprekende huisvriend. In 1981 was ruim de helft van de Nederlandse gezinnen geabonneerd op een regionale krant, in 2003 iets meer dan een derde (Bakker, 2004). Het gemiddelde percentage landelijke en regionale kranten dat wordt doorgegeven, steeg aanzienlijk, tot gemiddeld 20 %, maar het doorgeefpercentage van regionale kranten als De Gelderlander en PZC steeg tot 30 en hoger (Bakker, 2010). Mensen kunnen ook langs andere wegen 24/7 aan (gratis) informatie over stad en regio komen. Het betalende lezerspubliek vergrijst, de gebruikersmarkt individualiseert.

Bij wijze van conclusie

Goede regiojournalistiek vereist grote redacties om het verschijningsgebied te kunnen coveren. Maar grote redacties zijn duur, evenals het drukken en verspreiden van kranten. Als kostenpost zijn ze kwetsbaar in tijden van

economische stagnatie en tegenspoed, zeker als ze in handen zijn van investeerders die rendement eisen.¹

In de afgelopen halve eeuw verdwenen veel regionale kranten. Toch waren het geen decennia van louter kommer en kwel. De kwaliteit van de overgebleven regiokranten nam journalistiek en technisch sterk toe. Ze werden completer, besteedden meer ruimte aan analyse, opinie en achtergrond, werden compacter geschreven en wonnen aan overzichtelijkheid en aantrekkelijkheid. Ze telden meer redactionele pagina's en redacteurs. Kwaliteit werd voor lezers een belangrijker keuzecriterium dan ideologische kleur (Broersma, 2003).

In het begin van deze eeuw kantelde het tot dan toe overwegend positieve beeld. Bij grote overnames door Wegener en de Persgroep leverden regionale kranten van naam hun identiteit en herkenbaarheid voor de lezer gedeeltelijk of geheel in. Op redacties van fusiekranten werd fors bezuinigd terwijl de productiedruk werd opgevoerd. De meeste overnames van deze eeuw kwamen voort uit het streven van aandeelhouders naar hoge rendementen en van uitgeefconcerns naar schaalvoordelen (o.a. Bakker, 2010b). Smeets (2014: 81) zag een hiërarchische managementcultuur ontstaan, waarin 'de journalist onderdeel werd van een productie-systeem dat zich steeds minder van onderop laat beïnvloeden'.

Binnen de regionale nieuwsmedia en daarbuiten is alles in beweging:

- Concernvorming met opgeschroefde rendementseisen. In 30 jaar daalde het aantal dagbladuitgevers van 25 naar 10, waarvan er in 2014 nog zes actief zijn op regionaal gebied.
- Teruglopende inkomsten van uitgeverijen die deels worden opgevangen door bezuinigingen op redacties en rationalisering en outsourcing van journalistieke processen en productie. Volgens berekeningen van de NVJ raakten sinds 1990 900 van de 2400 regionale journalisten hun baan kwijt.
- Een tot nu toe vergeefse zoektocht naar nieuwe betaalmodellen.
- Verschuiving van de besluitvorming van werkmaatschappijen naar concernniveau met consequenties voor redacties en journalistiek.
- Multi- en crossmediale productie (zie hoofdstuk 2.1) op maat, rekening houdend met gebruikersgedrag van de markt.
- Fragmentatie van het online nieuwsaanbod, met een tendens naar verschuiving van het medium als merk naar de journalist als merk.²

¹ Van de grote Wegenerdagbladen wordt in 2017 een rendement van 15,5 procent geëist. Zie 'Kranten Wegener verjongen drastisch', Villamedia, 26 maart 2014.

² Journalist Henk Blanken tijdens het symposium 'De tandeloze waakhond. Over de crisis in de oude media', door het Nederlands Gesprek Centrum, 27 januari 2008.

- Poreuzer wordende wanden tussen onafhankelijke journalistiek, commercie en marketing zowel van binnen als van buiten de nieuwsorganisaties.
- Toenemende concurrentie van online nieuwssites die door andere media geproduceerd nieuws aggregeren, bundelen en gratis verspreiden.
- Toenemende (pro)activiteit van journalistiek-achtige informatie producerende voorlichtings- en pr-instanties.

Editieredacties opereren in de spanningsvelden van deze interne en externe, regionale en regio overstijgende ontwikkelingen. In het volgende hoofdstuk brengen we deze spanningsvelden in relatie tot de redactionele kerntaken in kaart.

1.3 Het belang van regiojournalistiek

Nieuwsmedia worden bij uitstek geacht burgers onbevooroordeeld, evenwichtig en tijdig te informeren over relevante nieuwsfeiten, ontwikkelingen en achtergronden, opdat zij zich een eigen oordeel kunnen vormen als deelnemers aan het openbare leven. Maar ‘de’ nieuwsmedia vormen een breed palet. Hun opdracht, functie en bereik verschillen onderling, en dus zal ook het redactionele proces bij het Financiële Dagblad in een aantal opzichten anders verlopen dan bij de Barneveldse Courant, bij RTL Nieuws anders dan bij Nu.nl of de plaatselijke omroep in Oss.

De positie van de regionale journalistiek is een bijzondere. Redacties van regionale dagbladen vormen een onmisbaar deel van de journalistieke infrastructuur van Nederland, constateerde de Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (TCITP, 2009), naar haar voorzitter de commissie-Brinkman genoemd. Regionale dagbladen hebben een belangrijke maatschappelijke nutsfunctie. Zonder hen valt de belangrijkste producent van onafhankelijke berichtgeving en de belangrijkste onafhankelijke waakhond van het publieke domein in de regio weg. Andere regionale en lokale nieuwsmedia zijn onvoldoende toegerust om het gat te vullen (ibid., 2009: 57).

Rimmer Mulder, oud-hoofdredacteur van de Leeuwarder Courant: ‘Als Trouw morgen niet meer bestaat is dat geen ramp, dan hebben we nog altijd andere landelijke kranten. Maar als De Gelderlander er morgen niet meer is, valt er een enorm gat in de nieuwsvoorziening van die grote provincie. Dan is er in legio gemeentes geen waakhond van de lokale democratie meer’ (Pleijter, 2010a).

De regionale krant behoort ook tot de maatschappelijke infrastructuur van de regio. Mulder: ‘Ze is een vast referentiepunt voor een groot deel van de bevolking. Ze

zorgt voor een dagelijks terugkerende gemeenschappelijke ervaring en is daarmee een samenbindend element' (Van der Meulen, 1997: 40-41).

Regionale kranten dragen bij aan het onderhouden van gemeenschap, betoogt Van Hoof (2000), die de functie van de krant als gesprekspartner – kameraad, buurman, leraar, betweter, dominee – onderzocht.

‘Waar een krant toe bijdraagt, reikt verder dan het presenteren van feiten die als waar gelden. Kranten dragen bij aan het creëren van een gemeenschappelijk idee van wat werkelijkheid is’ (Van Hoof, 2000: 179).

De krant creëert voor de lezer een gemeenschappelijk referentiekader, de stad of regio als een *imagined community* (Anderson, in Broersma, 2002: 19). Zoals de Leeuwarder Courant meewerkte aan de definiëring van een Friese identiteit (ibid.: 20), zo kunnen ook andere regionale kranten het gevoel van de bevolking versterken tot een stad, regio of provincie met een eigen lokale of regionale cultuur te behoren. Lezers moeten de band van een krant met hun eigen leefomgeving kunnen herkennen (Broersma, 2003). Omgekeerd gedijt regiojournalistiek beter in een stad of regio met maatschappelijke binding dan in een ‘stuifzandsamenleving’ als Almere (Drok, 2007: 15-16). Aan de band tussen de redactie, lezer en regio ontleent het regionale dagblad zijn bestaansrecht.

Naast hun maatschappelijke functie hebben regionale dagbladen en hun websites ook een journalistieke functie die boven de regio uitstijgt. Het zijn bronnen waaruit landelijke media en omroepen dagelijks putten voor hun nieuws- en discussieonderwerpen.

De regionale krant heeft aldus een gelaagd belang: regionale aanvulling op het landelijke nieuws, gemeenschappelijk perspectief op de regio en focus op een stad of dorp in specifieke edities. De regionale krant heeft dan ook een centrale redactie, die taken uitvoert voor het algemene deel van de krant, zoals eindredactie en vormgeving van de algemene pagina's, editie-overstijgende verslaggeving, sport- en onlineberichtgeving, opiniëring en coördinatie van editie-activiteiten ten behoeve van 'algemeen'. Daarnaast zijn er editieredacties die aparte edities voor een bepaalde stad, dorp of streek verzorgen. In dit onderzoek staat de kwaliteit van het redactionele proces op het niveau van de regionale edities centraal.

1.4 De editieredactie als bindende factor

Het proces voltrekt zich op en binnen een editieredactie. Hieronder verstaan we zowel de groep journalisten die deel uitmaken van een editieredactie, als de fysieke

ruimte waarin zij hun taken plegen te verrichten. De editieredactie als werkorganisatie wordt gevormd door redacteurs die voor het verzorgen van de berichtgeving voor een specifieke editie zijn aangesteld, en die gewoonlijk in het colofon van de krant staan vermeld. Dit collectief ‘draagt’ het redactieproces, en op het journalistieke werk van dit collectief is het onderzoek gericht.

Anderen – correspondenten, medewerkers, fotografen, stagiairs van de journalistenopleiding – dragen eveneens bij aan de editieberichtgeving, maar in het collectieve redactieproces spelen zij geen of hooguit een marginale rol.

Editieredacteurs worden evenals alle andere redacteurs aangesteld door de hoofdredactie, die hun standplaats en functie bepaalt. De redactie-organisatie van een regionaal dagblad wordt beschreven in hoofdstuk 3.

De editieredactie als nieuwsorganisatie is de bindende factor om nieuws met relevantie voor het landelijk, regionaal en plaatselijk niveau te produceren. Vanuit een sociologische invalshoek kan de editieredactie een bindende factor zijn door verschillende functies te vervullen.

Allereerst is dat de *organisatorische functie*. De redactie is de productie-eenheid die zorgt voor continuïteit in het dagelijks vergaren en aanleveren van tekst en beeld voor het editiedeel van de krant en de website. De productie vereist een flexibele organisatie. Per dag wordt een taakverdeling afgesproken, onderwerpen gepland. Al het niet direct noodzakelijke werk wordt zo nodig ondergeschikt gemaakt aan de noodzaak aan het eind van de dag een vastgesteld aantal pagina’s te hebben gevuld. Zeker op kleinere editieredacties moeten redacteurs regelmatig taken van elkaar overnemen en produceert de redactiechef mee. De vrijheid van de individuele redacteur wordt beperkt door de prioriteiten van de nieuwsorganisatie.

Een tweede functie van de editieredactie is *journalistiek-inhoudelijk*. Dagelijks dragen redacteurs onderwerpen aan, zoals bijeenkomsten en andere nieuwsgebeurtenissen die zij gaan verslaan, of onderwerpen waarover zij een interviewafspraken hebben gemaakt. Maar een discussie of een besluit over de nieuwswaarde ervan – vaak tegen de achtergrond van wat er verder nog te verwachten is – vindt plaats op redactieniveau. De editieredactie streeft dagelijks naar een mix van harde, meestal bestuurlijke, berichtgeving en meer menselijke en luchtige artikelen, rekening houdend met uiteenlopende wensen van lezers. Daarnaast waakt de redactie over de continuïteit en de consistentie in berichtgeving en opiniering van nieuwsonderwerpen met een langere adem en, meer in het algemeen, van het eigen karakter van het dagelijkse editiepakket.

Beslissingen in de nieuwsproductie hebben meer te maken met de markt, de aard van organisaties en de vooronderstellingen van nieuwsprofessionals dan met

eenzijdige voorkeuren van individuele journalisten (Schudson, 2003: 47). Deuze (2004a: 183) wijst op de formele en informele hiërarchie binnen een redactie als een van de kenmerken van een nieuwsorganisatie: naar wie wordt geluisterd, speelt senioriteit een rol en heeft expertise het laatste woord?

Hoewel de techniek het voor iedereen mogelijk maakt zijn eigen persoonlijk beeld van de werkelijkheid samen te stellen, is een redactie die dat op basis van deskundigheid, gevoel voor smaak en relevantie en een gemeenschappelijke noemer doet, onontbeerlijk, schreef oud-hoofdredacteur Ben Knapen: 'Een redactie fungeert als een filter' (1995: 182-183).

Naast het filteren van informatie en het selecteren en bediscussiëren van nieuwsonderwerpen dient de redactie als klankbord en vraagbaak voor journalistieke keuzes en afwegingen. Iedere redacteur bouwt een netwerk van contacten en kennis op die in het redactieoverleg of bij de koffieautomaat uitgewisseld kan worden, al naar gelang de actualiteit van een onderwerp en de overlegcultuur op zijn redactie (Buijs, 2011: 264).

Een derde functie van de redactie is die van *morele gemeenschap*, die waakt over de kwaliteit van het werk. Rennen (2005: 36): 'Journalistiek is (...) een geestelijk product dat kennis, gevoelens en gedrag van mensen beïnvloedt. Daarom is journalistieke kwaliteit ook gelegen in zelfreflectie.' Zelfreflectie kan bij uitstek een collectieve activiteit zijn door gezamenlijk te discussiëren over afwegingen en dilemma's van individuele redactieleden.

Veel Amerikaanse journalisten spreekt de morele dimensie van het vak sterk aan, zo blijkt uit een enquête van Kovach en Rosenstiel (2001). Nieuwsorganisaties en hun moedermaatschappijen moeten naar hun mening een cultuur scheppen die individuele verantwoordelijkheid bevordert. 'Those who inhabit news organizations must recognize a personal obligation to differ with or challenge editors, owners, advertisers, and even citizens and established authority if fairness and accuracy require they do so' (ibid., 2011: 181). Linda Foley, president van de Amerikaanse Newspaper Guild: 'There has to be a culture in newsrooms that allows a journalist to have a free and open discussion' (ibid., 2011: 186).

In discussies toetsen de redactieleden de keuzes voor nieuwsonderwerpen en invalshoeken aan normen van goede en behoorlijke journalistiek, aldus de Amerikaanse ethica en oud-journaliste Sandra Borden. Zij stellen elkaar de vraag wat de redactie wel en niet voor haar verantwoordelijkheid kan nemen. Redactieleden spreken elkaar aan op wat in hun ogen niet goed (genoeg) is, en zijn solidair wanneer een van hen zijn nek uitsteekt omwille van het behoud van journalistieke kwaliteit en integriteit (Borden, 2007: 87-100).

Een vierde functie van de redactie ten slotte is het *socialiseren* van nieuwe redactieleden. Gewoonlijk gebeurt dat op een informele, bijna terloopse manier. De nieuwkomer krijgt op het hart gedrukt goed op te letten wat anderen doen, de eigen krant grondig te lezen, deel te nemen aan het dagelijks overleg, vragen te stellen, lering te trekken uit kritiek en opmerkingen van anderen ter harte te nemen (Breed, 1955). Een nieuwkomer in de nieuwsorganisatie richt zich in de praktijk vooral op ongeschreven regels.³ Ook de redactionele hiërarchie is sterk informeel. Ervaring, kennis en specialisme tellen hierin zwaar (Gans, 1979; Tuchman, 1973; Vasterman & Aerden, 1995).

De redactie als organisatievorm van journalistieke productie stamt uit het industriële tijdperk. Op vaste tijden gedurende de dag en avond leverde de dagbladredactie vellen tekst en illustratiemateriaal aan de technische afdelingen, die de productie in een aantal industriële stappen verwerkten tot kolommen en pagina's.

Vanaf de jaren zeventig van de vorige eeuw leidden technische ontwikkelingen en digitalisering tot het verdwijnen van vrijwel alle technische afdelingen die de stappen verzorgden tussen de papieren redactietekst en de drukpers. De elektronische tekstverwerking en beeldschermopmaak gebeurden voortaan op de redactie. Zij werd verantwoordelijk voor nagenoeg de gehele productieketen: van het tikken van een raadsverslag tot de met één druk op de knop naar de drukkerij verstuurde pagina. Wat bleef herinneren aan het industriële tijdperk was de op afgiftetijden gefixeerde redactiegewijze productie. De komst van internet en de multimedialisering brachten hierin tot nu toe geen wezenlijke verandering.

De redactie is de spil van het medium. Journalisten verslaan gebeurtenissen, selecteren nieuwsonderwerpen, produceren en verwerken informatie. Redacties smeden de informatie tot een geheel. Ze maken er een krant, een tv-journaal, een website of een actualiteitenrubriek van. De redactie is het collectief dat het nieuwsmedium produceert; een nieuwsmedium dat door zijn continuïteit in stijl, toon en karakter herkenbaar en vertrouwd is voor zijn gebruikers (Buijs, 2011: 264).

In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat er veel is veranderd in de regionale journalistiek. De hoogtijdagen van de professionalisering lijken in de regiojournalistiek voorbij. De toegang tot informatiebronnen is niet langer voorbehouden aan 'het vak', je hoeft geen beroepsjournalist te zijn om nieuws te

³ Een aantal dagbladredacties heeft een deel van de 'zo doen we dat'-regels vastgelegd in stijlboeken.

vergaren, te produceren en te verspreiden. Daarnaast worden de norm van objectiviteit en de afstandelijke houding die de professionele beroepsbeoefening kenmerken, uitgedaagd door meer subjectieve, betrokken en persoonlijke stijlen van journalistiek (Costera Meijer, 2010). Het is dan ook de vraag of de editieredactie in de huidige omstandigheden haar functies kan vervullen die zij geacht wordt te vervullen.

1.5 Focus en doelstelling van het onderzoek

In dit hoofdstuk zijn de grote veranderingen in het regionale medialandschap aan de orde gekomen. Er is reden tot zorg over de positie van de regionale pers, constateerde de TCITP in haar adviesrapport *De volgende editie* (2009):

‘De zorgelijke trend die zich op landelijk niveau manifesteert – de opkomst van nieuwe media en het verlies aan belangstelling, met name onder jongeren – laat zich versterkt gelden in de regio. Dagbladconcerns die zich voornamelijk toeleggen op regionale dagbladen, voeren saneringen door die de positie van de regionale pers verder aantasten. Het enige dagblad dat in de regio doorgaans nog resteert, kan door de verkleining van de journalistieke staf minder breed en diep op de regionale actualiteiten en achtergronden ingaan. (...) De commissie constateert dat regionale kranten verzuimen om breed en diep te blijven investeren in de regio. Door het herhaaldelijk hanteren van de kaasschaaf wordt de focus op de regio verzwakt in plaats van versterkt’ (TCITP, 2009: 56).

Hoofredacteur Pijnappels van De Gelderlander zei na het verschijnen van het rapport van de commissie-Brinkman en de zoveelste bezuinigingsronde binnen Wegener: ‘De regionale journalist is door de recessie een bedreigde diersoort geworden.’⁴ Het publiek fragmenteert, het nieuwsaanbod fragmenteert, het nieuwsmedium fragmenteert op internet, en de redactie fragmenteert. Voor redacties van regionale kranten komt daar nog bij dat de vaste lezersgroep gestaag afneemt, de binding met lezers en regio losser wordt, ongrijpbare concurrenten gratis lokale en regionale informatie verspreiden, en dat redacties permanent vanuit de concerttop convergentieprocessen, reorganisaties en bezuinigingen opgelegd krijgen.

⁴ ‘Regiojournalist is een bedreigde diersoort’, de Volkskrant, 28 september 2009.

Welk effect het samenspel van deze veranderingen binnen het journalistieke veld, de nieuwsorganisaties en de bredere mediasector heeft op karakter en kwaliteit van de regiojournalistiek weten we niet. Maar het is onwaarschijnlijk dat deze veranderingen de gang van zaken op editieredacties onberoerd laten. Tussen redactie en individuele journalist bestaat een natuurlijke spanning, evenals tussen redactie en hoofdredactie, redactie en commerciële afdelingen, redactie en (concern)management, redactie en voorlichters/pr-bureaus, redactie en concurrerende nieuwsmedia, en redactie en lezers/publiek. De redactie staat van alle kanten onder druk en moet onder deze omstandigheden zowel de dagelijkse als de langetermijnproblemen zien op te lossen.

Dit onderzoek is gericht op de redactie als speelveld voor continuïteit én verandering, en als brandpunt van spanningen en dilemma's. Weliswaar zijn spanningen inherent aan elke professionele organisatie op het middenniveau, maar nu de ontwikkelingen binnen en buiten de mediasector zich in hoog tempo en gelijktijdig voltrekken, is het des te belangrijker het redactieproces te observeren en te analyseren.

Er is opvallend weinig onderzoek gedaan naar het redactieproces van regionale kranten. Vergeleken met het onderzoek naar landelijke media scoort onderzoek naar de werkwijzen van lokale journalistiek internationaal laag, ondanks het feit dat de grote meerderheid van journalisten werkt bij lokale en regionale media, constateren Wahl-Jorgensen en Hanitzsch (2009: 12; zie ook Franklin, 2006). Voor zover er buiten Nederland onderzoek is gedaan naar het redactieproces bij regionale dagbladen (een ouder voorbeeld uit de VS is dat van Fishman, 1980), is dit vooral gericht op crossmedialisering, convergentie en hun effecten op redacties (zie bijv. Ryfe, 2009).

Ook in Nederland is er een leemte in het onderzoek te vullen. Het ontbreekt nagenoeg aan wetenschappelijk onderzoek dat het journalistieke proces op editieredacties observeert en analyseert. Afgezien van een relatief kleinschalige case-studie van Pleijter, Willemsen en Hermans (1997)⁵ beperkt het onderzoek naar redacties en berichtgeving van regionale media zich veelal tot inhoudsanalyse en/of interviews en surveys (o.a. Van Hoof, 2000; Diekerhof, 2009; Hietbrink e.a., 2010; Van Kerkhoven & Bakker, 2010; Bakker & Bosch, 2011; Arts, 2012), organisatorische convergentiemodellen (Van Kerkhoven & Bakker, 2010; Van Kerkhoven, 2012) en het aanbod van lokaal nieuws (o.a. Bakker, De Ridder & Schönbach, 2010).

⁵ Dit participierend onderzoek was gericht op het gebruik van informatiebronnen op een editieredactie in het pre-internettijdperk.

Brants en Vasterman stelden in 2010 in een inventarisatie van *journalism studies* in Nederland vast dat slechts 6 procent van het onderzoek betrekking had op de kern, namelijk het journalistiek handelen zelf. De vijftien publicaties die blijkens hun inventarisatie betrekking hadden op het feitelijke productieproces, betroffen onder meer onderzoek naar bronnengebruik, de werkwijze van onderzoeksjournalisten, verantwoordingsmodellen en de betekenis van vormen en stijlen. Slechts één *peer reviewed* artikel was gebaseerd op observatieonderzoek (op een redactie in Zuid-Afrika).

Doel van dit onderzoek is een beter zicht te krijgen op het functioneren van editieredacties in tijden van interne en externe veranderingen, op de doeleinden, eisen en belangen die hierbij in conflict raken, en op de implicaties ervan voor de kwaliteit van regiojournalistiek. Dit doen we door op de voet te volgen hoe redacties hun werk doen en proberen de kwaliteit ervan op peil te houden.

Opbouw van dit boek

In hoofdstuk 2 gaan we in op de invalshoeken die wij gebruiken om de kwaliteit van het redactieproces te onderzoeken.

‘De kwaliteit van de nieuwsmedia is veel beter dan vroeger, maar ze zijn nog niet goed genoeg’, aldus de Franse ethicus Claude-Jean Bertrand († 2007). In een interview (Jansen & Drok, 2005: 100-107) noemde hij het weglaten van relevante informatie de ergste tekortkoming in de journalistiek.

Het is lastig om, zoals Bertrand deed, een oordeel te geven over ‘de’ kwaliteit van ‘de’ nieuwsmedia. Is er wel zoiets als ‘de’ kwaliteit? Redacties van kranten, nieuwsprogramma’s en nieuwssites verschillen onderling in de keuze en aanpak van onderwerpen, de mate waarin zij zelf nieuws produceren, de doelgroepen die zij willen bereiken en hun journalistieke ambities en mogelijkheden. Ze beantwoorden niet aan dezelfde kwaliteitsmaatstaven. Ook binnen een nieuws-medium kan de kwaliteit van de berichtgeving verschillen (De Wolff, 2005, 2006; Buijs, 2011: 29-46). ‘Het is met journalistieke kwaliteit als met de veiligheid op straat: naarmate je er scherper op let, valt je meer op wat eraan schort’, schreef Jan Greven, oud-hoofdredacteur van Trouw, in zijn essay *Een kwestie van kwaliteit* (2004: 19).

Het blijkt gemakkelijker om vast te stellen wat kwalitatief tekortschiet dan precies te formuleren wat journalistieke kwaliteit wél is. In het volgende hoofdstuk zal het analytisch kader worden gepresenteerd waarmee in dit onderzoek de kwaliteit van het redactieproces wordt onderzocht.

In hoofdstuk 3 worden de methodische werkwijzen gepresenteerd en verantwoord die in dit onderzoek zijn toegepast. Omdat de doelstelling is op de voet te volgen hoe redacties hun werk doen en proberen de kwaliteit op peil te houden, is gekozen voor een case-studie opzet (vgl. Wester, Renckstorf, Scheepers, 2006: 601). Daarbij worden enkele editieredacties met elkaar vergeleken. Op drie editieredacties van regionale kranten is steeds enkele weken geparticipeerd om de dagelijkse gang van zaken vast te leggen, waarbij naast observatie van de gang van zaken en vergaderingen, ook gesprekken met journalisten en analyse van de berichtgeving hebben plaatsgevonden.

De volgende drie hoofdstukken zijn gewijd aan het verslag van de resultaten van het onderzoek op drie deelterreinen.

In hoofdstuk 4 staan de processen van nieuwsgaring centraal, waaronder de selectie van nieuwsbronnen. Het gaat daarbij om de vraag welke routines en procedures worden gehanteerd om de kwaliteit van het nieuws te waarborgen, en welke spanningsvelden zich voordoen tussen nagestreefde kwaliteitsmaatstaven en de dagelijkse praktijk.

In hoofdstuk 5 is de aandacht gericht op de multimediale en crossmediale nieuwsproductie: hoe verloopt de planning van het productie, hoe verhouden de berichtgeving in de krant en online zich tot elkaar, welke overwegingen liggen hieraan ten grondslag, en op welke wijze bewaakt de redactie de kwaliteit van haar berichtgeving? Ook ten aanzien van productieplanning en productie brengen we spanningsvelden tussen beoogde en gerealiseerde kwaliteit in kaart.

In hoofdstuk 6 staat de vraag centraal hoe de redactie omgaat met de wereld waarover zij schrijft, de stad of regio en met de lezers van de krant. De kwaliteitsvraag is hier toegespitst op haar regionale karakter: welke activiteiten onderneemt de redactie in dit verband, welke lezers en welke leefwereld wordt gerepresenteerd in de berichtgeving, en in welke rollen zijn lezers in meerdere of mindere mate betrokken in het redactieproces? Het hoofdstuk sluit af met het schetsen van spanningsvelden tussen wat redacties in hun relatie tot de lezers voor ogen staat en de wijze waarop deze relatie in de praktijk wordt ingevuld.

In hoofdstuk 7 wordt het onderzoek samengevat en worden de conclusies geformuleerd en bediscussieerd. Aan de hand van de resultaten van het onderzoek op de drie deelterreinen kunnen we vaststellen aan welk kwaliteitsmodel, of aan welke kwaliteitsmodellen, de regiojournalistiek op editieredacties beantwoordt, welke spanningsvelden en dilemma's zich voordoen in het streven van redacties aan hun kwaliteitsmaatstaven te voldoen, en op welke wijze redacties met deze spanningsvelden en dilemma's omgaan.

2 De kwaliteit van het redactieproces

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader gepresenteerd waarmee de dagelijkse gang van zaken bij de productie van regionale kranten kan worden geanalyseerd. De invalshoek van waaruit deze productieprocessen worden onderzocht, is die van de redactie als werkzame eenheid. De redactie is de context waarbinnen het journalistieke handelen wordt gecoördineerd, waarbij naast journalistieke waarden ook factoren een rol spelen die met de continuïteit van nieuwsmedium en nieuwsorganisatie samenhangen.

Dit hoofdstuk begint met de beschrijving van de elementen van het redactieproces die voor de kwaliteitsvraag van belang zijn. Daarna komen de concepten aan de orde waarmee de vraag naar de journalistieke kwaliteit kan worden gethematiseerd. De professionele waarden waaraan men refereert als het om kwaliteit gaat, vormen geen consistent geheel en blijken soms onderling strijdig. Deze inventarisatie van kwaliteitsconcepten (Buijs, 2011) leidt tot een drietal perspectieven, het professionele, het markt- en het burgermodel, waarmee de soms concurrerende kwaliteitsconcepten kunnen worden geordend.

Deze drie modellen worden vervolgens in § 2.3 gebruikt om te schetsen binnen welke spanningsvelden de redacties hun activiteiten ontplooiën. De verdeling van kwaliteitskenmerken over de redactionele kernactiviteiten wordt schematisch weergegeven en mondt uit in de vraagstellingen waarmee de kwaliteit van het redactieproces kan worden onderzocht.

2.1 Het redactieproces

Aan het eind van het vorige hoofdstuk stelden we vast dat het lastig is uitspraken te doen over *de* kwaliteit van redacties en nieuwsmedia. Kwaliteit heeft immers betrekking op vele aspecten (Buijs, 2011: 39-44; Jonscher, 1995; Russ-Mohl, 1996; Pöttker, 2000; Rennen, 2000; Van Hoof, 2000; Deuze, 2004a; Arnold, 2009). We kunnen kijken naar de ambachtelijk-professionele kwaliteit van nieuwsproducten: is een artikel goed opgebouwd, helder geschreven en voorzien van context (Vasterman

& Aerden, 1995; Hagen et al., 2004; De Wolff, 2005; Chavannes, 2007; Arnold, 2009; Donkers et al., 2010; Meier, 2011; NVJ, 2011) en getuigen onderwerpkeuze en aanpak van creativiteit (Dresden, 1987; Held & Russ-Mohl, 2005; Van den Berg, 2011). Of we kijken naar de technische kwaliteit van nieuwsmedia: is de krant overzichtelijk ingedeeld, de tekst prettig leesbaar (Jonscher, 1995; Wentink, 1995; Schönbach, 1997), zijn onderwerpen op de website gemakkelijk te vinden en visuele middelen goed gebruikt (Dasselaar & Pleijter, 2010; vgl. Hirzalla, 2008).

Kwaliteit wordt niet alleen gedefinieerd vanuit de professie en het ambacht, ook vanuit de functies die nieuwsmedia geacht worden te vervullen ten behoeve van de lezer/burger/consument (Rosengren, Carlson & Tagerud, 1991; Wentink, 1996; Bakker, 1998; De Wolff, 2005; WRR, 2005; Drok, 2007; Arnold, 2009; Costera Meijer, 2010) en ten behoeve van een optimaal functionerend publiek domein (Kovach & Rosenstiel, 2001; Habermas, 2006; Arnold, 2009; McQuail, 1992, 2013). In de functionele benadering is de kwaliteit van nieuwsmedia hoger naarmate hun redacties deze uiteenlopende functies beter vervullen.

Vragen rond journalistieke kwaliteit spelen vooral op redactieniveau (Arnold, 2009: 128). De redactie is op te vatten als een zelforganiserend sociaal systeem met een eigen structuur en cultuur, waarin zich het dagelijkse journalistieke proces voltrekt. De kwaliteit van het proces staat of valt met de kwaliteit van de dagelijkse keuzes, afwegingen en kritische reflectie (Deuze, 2004a).

Dit onderzoek richt zich specifiek op het redactieproces. Kwaliteit heeft ook, en vooral, te maken met keuzes, afwegingen en toon in de berichtgeving, die de redactie afstemt op interesses en verwachtingen van haar lezers. Deze keuzes worden veelal impliciet tijdens het redactieproces gemaakt, en ze vallen bij De Telegraaf anders uit dan bij Trouw of de Leeuwarder Courant.

Een kwaliteitsaspect dat hiermee verband houdt, betreft de professionele cultuur op een redactie: welke doelstellingen en waarden streeft zij na, en in welke routines en praktijken zet de redactie deze waarden om, teneinde haar doelstellingen te realiseren? Over deze kwaliteitsaspecten geven de zichtbare kenmerken van het nieuwsproduct te weinig informatie; hiervoor moeten we kijken naar het redactionele proces.

De redactie fungeert als de spil van het nieuwsmedium. De redactie zorgt ook voor de continuïteit van de nieuwsproductie en het journalistieke proces dat ervoor nodig is. Ze stelt normen en regels en ziet erop toe dat redactieleden en medewerkers die nakomen. Verder fungeert ze als klankbord en vraagbaak voor journalistieke keuzen en voor het oplossen van dilemma's en problemen in de dagelijkse praktijk. Een redactie biedt carrièremogelijkheden aan goede journalisten, aan hen die het willen

worden en aan hen die dankzij de journalistiek iets nóg mooiers ambiëren.

Journalisten verslaan gebeurtenissen, selecteren nieuwsonderwerpen, produceren en verwerken informatie; redacties smeden de informatie tot een geheel en maken er een krant, een tv-journaal of een actualiteitenrubriek van. De redactie is het collectief dat het nieuwsmedium produceert.

Een goed functionerende redactie is het kennis-, productie-, bewakings- en reflectiecentrum van krant, tijdschrift, radioprogramma of tv-rubriek (Buijs, 2011: 264). De spilfunctie van de redactie brengt met zich mee dat het proces waarin de nieuwsproductie tot stand komt, niet moet worden opgevat als een optelsom van individuele handelingen en producties, maar als een gecoördineerde redactionele activiteit.

Men kan daarbij de volgende activiteiten onderscheiden:

- Het zoeken naar, overleggen over en selecteren van nieuwsonderwerpen en bronnen.
- De nieuwsgaring: het verzamelen van informatie uit eigen journalistieke waarneming en uit mondelinge, schriftelijke en onlinebronnen.
- De nieuwsproductie: het selecteren en uitwerken van informatie tot artikelen en berichten in geplande formats en lengten.
- De kwaliteitscontrole: een binnen de redactie afgesproken procedure waarbij redacteuren elkaars tekst tegenlezen voordat die in print verschijnt.
- De nieuwspresentatie in print en online: multimediaal (dat wil zeggen: vrijwel identieke tekst of tekstgedeelten in de krant en online) of crossmediaal (dat wil zeggen: inhoudelijk van elkaar verschillende producties die elkaar aanvullen en naar elkaar verwijzen).⁶
- Organisatie van de productie: taakverdeling en planning, het inschakelen van medewerkers, etc. In het dagelijkse redactionele ochtendoverleg wordt hier al een begin mee gemaakt.
- Reflectie en terugkoppeling: wat is er in de eigen productie en organisatie goed gegaan en wat moet voortaan beter? Ook dit gebeurt doorgaans in het ochtendoverleg.

⁶ Multimediale en crossmediale journalistiek kent vele verschijningsvormen (Buijs, 2011: 126-130; Erdal, 2009a; Van Aalten, 2010; Dasselaar & Pleijter, 2010; Van Heeswijk, 2012). Vaak worden de termen naast en door elkaar gebruikt. In navolging van Tameling en Broersma (2012: 233) verstaan we onder multimedialiteit 'meer dan één': een multimediale redactie bedient meerderde platforms die los van elkaar functioneren. Bij crossmedialiteit is sprake van samenwerking tussen verschillende platforms in de productiefase, of wanneer *content* wordt gedeeld vanuit het idee dat verschillende nieuwsverhalen elkaar kunnen versterken en aanvullen.

Organisatorische context van het redactieproces

Toen editieredacties alleen nog een krant maakten, verliep het journalistieke proces volgens een vast productie- en verwerkingspatroon. Inmiddels produceren journalisten al jaren voor zowel print als online, waarbij zij, afhankelijk van het nieuwsonderwerp en de behoefte aan actuele informatie op de site, keuzes maken: gaat dit item alleen naar de website of alleen naar de krant, of behandel ik het item in twee varianten voor de site én de krant? (Buijs, 2011: 121-130; Deuze, 2004b; Garcia Avilés & Carvajal, 2008; Erdal, 2009a, 2009b; Meier, 2011).

Hoewel nieuwsgaring en productie nog steeds nauw op elkaar betrokken blijven, is het gelet op de huidige multimediale praktijk relevant de eigen dilemma's en spanningsvelden van proces en product apart te bespreken. Daarom worden de stappen in het journalistieke proces beperkt tot de selectie van nieuwsonderwerpen en bronnen en het verzamelen van informatie, en worden bij het onderzoek naar het multimediale journalistieke product tevens de keuzes besproken die de redactie maakt in de multimediale en crossmediale productiewijze.

Naast de redactionele activiteiten die deel uitmaken van het nieuwsgarings-respectievelijk het productieproces, onderscheiden wij een categorie activiteiten die kenmerkend is voor editieredacties en regionale en lokale media: het onderhouden van een band met de lezer, en breder: het vervullen van een bindende functie voor de bevolking van stad en regio waarvan de regiojournalisten zelf deel uitmaken. Aan deze band en functie ontleen regionale media hun bestaansrecht, waardoor de relatie met lezer en regio een belangrijk aandachtspunt voor de redactie wordt.

Redactiebeleid

De dagelijkse activiteiten vinden plaats binnen de context van een organisatie waarbinnen men zich moet verantwoorden naar stakeholders zoals de verantwoordelijke hoofdredactie, de uitgever en het lezerspubliek. Hun belangen komen naar voren in het geformuleerde redactiebeleid en de verantwoordingen naar het publiek. In het redactiestatuut ligt formeel vast waar het nieuwsmedium voor staat, welke doelstellingen de redactie nastreeft en aan welke voorwaarden zij zich wenst te houden (Vasterman & Aerden, 1995; Asscher et al., 2006). In hoofdredactionele notities wordt het redactiebeleid uitgewerkt en geactualiseerd.

Uiteraard zijn journalisten niet dag in dag uit bezig met de vraag wat het redactiebeleid hun voorschrijft of verbiedt, maar door socialisatie en het consensusbeleid op redacties hebben zij wel een duidelijk idee hoe zij hun werk hebben te doen (Breed, 1955; Vasterman & Aerden, 1995). Over de invulling van

hun opdracht kunnen journalisten verschillende ideeën hebben, die richting geven aan hun beroepsmatig handelen en zo een rol spelen in het redactieproces.

Maatschappelijke verantwoording

Maatschappelijke verantwoording kunnen we opvatten als een vorm van publieke terugkoppeling via openheid over het doen en laten van redacties; reden waarom we deze activiteit tot het redactionele proces rekenen. Voorbeelden zijn rubrieken van de hoofdredactie, de ombudsman of de lezersredacteur, correctierubrieken, uitlegstukken bij onderzoeksartikelen over de gevolgde werkwijze van verslaggevers of bij wijzigingen van de indeling en de huisstijl van krant en website, blogs van (hoofd)redactieleden en correspondenten, ethische codes en mission statements, optredens van hoofdredacteurs in praatprogramma's, lezerspanels en periodieke bijeenkomsten van (hoofd)redactieleden met groepen lezers.

Tot de jaren negentig van de vorige eeuw waren min of meer geïnstitutionaliseerde vormen van publieksverantwoording bij editieredacties eerder uitzondering dan regel. Daarna werd publieksverantwoording in vele varianten populair, waaronder de lezersredacteur/ombudsman bij regionale kranten (Buijs, in Divendal, 2001; Van Dalen & Deuze, 2005). De populariteit bleek van tijdelijke aard.⁷

De hier geschetste elementen van het redactieproces groeperen we in drie kernactiviteiten van editieredacties: het proces van nieuwsselectie, informatiegaring en intern overleg dat aan de nieuwsproductie vooraf gaat, het proces van nieuwsproductie, kwaliteitscontrole en presentatie, en de relatie tussen redactie en lezer, die voor een deel zijn geïntegreerd in de processen van nieuwsgaring en nieuwsproductie, voor een deel een afzonderlijke redactionele activiteit vormen. Deze kernactiviteiten omvatten het beroepsmatig handelen op redacties, waarin de opvattingen over journalistieke kwaliteit van redactieleden tot gelding komen. Deze opvattingen komen in de volgende paragraaf aan de orde.

2.2 De kwaliteit van het redactieproces: drie perspectieven

Als redacties van nieuwsmedia worden aangesproken op de kwaliteit van hun werk, verwijzen zij gewoonlijk naar de professionele waarden die hoog in hun vaandel staan. Zo gezien zouden we de journalistieke kwaliteit van redacties en nieuwsmedia kunnen beoordelen door na te gaan in hoeverre zij de beroeps-

⁷ In zijn inventarisatie van vormen van publieksverantwoording vond Groenhart (2013) in regionale dagbladen geen enkele ombudsrubriek meer.

waarden waarnaar zij verwijzen (zie o.a. Norris, 2000; Kovach & Rosenstiel, 2001), ook in de berichtgeving waarmaken. Hier doet zich een probleem voor dat met de aard van waarden heeft te maken (vgl. WRR, 2003: 50). Waarden zijn weinig concreet, niet direct op te sporen en lastig van elkaar te onderscheiden. Het zijn ‘not directly observable conceptions of the desirable, used in moral discourse, with a particular relevance for behaviour’ (Van Deth & Scarbrough, 1995: 22). We kunnen ze opvatten als verbale kapstokken waaraan in dit geval journalistieke praktijken en opvattingen kunnen worden opgehangen.

In discussies over journalistiek hebben de afgelopen decennia vele varianten van journalistieke kwaliteit het licht gezien (Buijs, 2011: hoofdstuk 7 geeft een overzicht). Willen we zicht krijgen op de kwaliteit van redacties en nieuwsmedia, dan doen we er goed aan beroepswaarden, routines, journalistieke oriëntaties en opvattingen in hun onderlinge samenhang in kaart te brengen.

In deze paragraaf worden beroepswaarden, routines, oriëntaties en andere journalistieke opvattingen samengebracht in zogenoemde kwaliteitsmodellen. De uitkomst is een onderscheiding van perspectieven op journalistieke kwaliteit, een typologie die samenhangende ideeën over verschillende aspecten van de journalistieke praktijk ordent.

Waarden

Op het eerste gezicht lijkt er grote overeenstemming over de waarden van de journalistiek. Redacties van nieuwsmedia onderschrijven de basiskenmerken van professionele journalistiek, zoals die bijvoorbeeld zijn neergelegd in de gedragscodes en stijlboeken van dagbladen en omroepredacties. Binnen de journalistiek en onder mediaonderzoekers is men het in grote lijnen eens over wat deze kenmerken zijn (Golding & Elliott, 1979; Vasterman & Aerden, 1995; Jonscher, 1995; Russ-Mohl, 1996; Kovach & Rosenstiel, 2001; Deuze, 2002, 2004a, 2005; Bucher, 2003; RMO, 2003; McQuail, 2003, 2013; Hagen et al., 2004; Arlman, 2005; Held & Russ-Mohl, 2005; Arnold, 2009; Ahva, 2010; Van der Wurff & Schönbach, 2010; Meier, 2011; Buijs, 2011):

- waarheidsgetrouw (betrouwbaar, feitelijk, nauwkeurig, volledig, controleerbaar);
- onafhankelijk (integer, eerlijk, ethisch besef, geloofwaardig);
- objectief (onpartijdig, onbevooroordeeld, neutraal, evenwichtig, afstandelijk);
- duidend (context en ordening biedend);
- nieuwswaarden (actualiteit, snelheid, relevantie, nabijheid);

- afspiegeling: representatief, verscheidenheid aan bronnen en standpunten, podiumfunctie;
- toegankelijk: begrijpelijk, overzichtelijk;
- betrokken, profilering, identiteit;
- dienstbaar aan het publiek: openheid, verantwoording.

Als we deze lijst bekijken, valt op dat deze waarden weinig onderscheidend zijn. Zorgvuldigheid, betrouwbaarheid, controleerbaarheid, onpartijdigheid en onafhankelijkheid zijn de vijf principes die de Koninklijke Nederlandse Academie van Wetenschappen formuleerde in de Nederlandse Gedragscode Wetenschapsbeoefening (Van der Heijden, 2004). Die principes kunnen moeiteloos op die van goede journalistiek worden gelegd, zij het dat ze maar een deel van het journalistieke waardenpalet dekken.

De kracht van waarden is hun abstractie. Daardoor kunnen zij fungeren als ruime oriëntatiepunten voor de praktijk en spelen zij een belangrijke rol bij de beoordeling van handelingen (WRR, 2003: 58). Maar het gebruik in een specifieke context (zie de lijst hierboven) maakt duidelijk dat elke waarde met behulp van een aantal alternatieve termen wordt toegelicht. Het zijn eerder betekenisnetwerken met de neiging zich uit te breiden dan precieze bakens die oriënteren op concrete praktijken. Waarden zijn meer reflexief; voor de alledaagse praktijk zijn ze vertaald in routines en normen (WRR, 2003: 58). Hun betekenis kan telkens verschuiven, al naar gelang ze worden gebruikt om redactionele beslissingen te nemen. Daardoor is het lastig er greep op te krijgen (Deuze, 2004a: 94-95; zie ook Baran & Davis, 2000: 100-101).

Waarden als kenmerken van kwaliteitsjournalistiek hebben dan ook hun keerzijde. Het zijn er niet alleen veel, sommige lijken ook nog eens onderling strijdig. Snelheid en betrouwbaarheid bijvoorbeeld staan op gespannen voet. De redactie die vooral snel wil publiceren, gunt zich weinig tijd om de betrouwbaarheid van de informatie te controleren. En als men de nodige tijd neemt om de informatie zeker te krijgen, is de actualiteit (snelheid) in het geding. Voor betrokkenheid en afstandelijkheid geldt dezelfde spanning. Het zijn geen uitgangspunten, maar abstracte oriëntatiepunten die ruimte bieden voor meerdere invullingen. Zo kan dienstbaarheid door redacties uiteenlopende betekenissen en vertalingen krijgen (Buijs, 2011: 214-217).

Door hun grote aantal en hun onderlinge tegenstrijdigheid kunnen journalistieke waarden nooit gelijktijdig en in gelijke mate in een consistente redactionele aanpak worden vertaald. In de praktijk maken redacties van nieuwsmedia dan ook keuzen

die gebaseerd zijn op, of verwijzen naar, bepaalde beroepswaarden. Soms gebeurt dit opportunistisch (Pauly, 1999), soms bewust, op basis van redactioneel beleid. Wij kunnen dan ook verwachten dat nieuwsmedia, afhankelijk van het soort medium en hun publiek een journalistieke variant voorstaan die met één of meer dominante waarden wordt verbonden (Buijs, 2011: 184).

Routines

Routines helpen redacties de nieuwsstroom en de nieuwsproductie te controleren, ook en vooral wanneer zich onverwachte nieuwsfeiten en gebeurtenissen voordoen (Tuchman, 1973). Routines hebben de functie ‘to deliver, within time and space limitations, the most acceptable product to the consumer in the most efficient manner’ (Shoemaker & Reese, 1996: 103-104). Zij vormen de directe context waarbinnen en waardoor journalisten hun werk doen (ibid., 1996: 100) en helpen redacties de vragen te beantwoorden wat het publiek aanspreekt, welke nieuws-onderwerpen zich aandienen en of ze de beschikbare ruimte en tijd kunnen vullen (ibid., 1996: 104). Kort gezegd: routines bepalen wat de redactie nieuws vindt.

Aan het begin van deze paragraaf zijn waarden vergeleken met kapstokken waaraan journalistieke praktijken en opvattingen hangen. Routines zijn de vertaling van waarden op handelingsniveau. Redacties proberen er het evenwicht mee te bewaren tussen hun bronnen, de behoeften en eisen van mediaorganisaties en de wensen van het publiek (ibid., 1996: 104). Redacties geven bijvoorbeeld inhoud aan de waarden objectiviteit en evenwichtigheid door de regel van ‘hoor en wederhoor’ in berichtgeving over diffamerende beweringen en beschuldigingen. Het streven naar betrouwbaarheid krijgt invulling door de stelregel ‘één bron is geen bron’ – een regel die overigens alleen wordt toegepast wanneer men informatie ontleent aan een niet op voorhand betrouwbaar geachte bron. De routine waarbij redacties informatie uit persberichten en andere meldbronnen als regel niet klakkeloos overnemen maar checken en aanvullen, past in het streven naar betrouwbaarheid, meerstemmigheid en originaliteit in de berichtgeving. Het streven naar betrouwbaarheid, relevantie en actualiteit krijgt gestalte in het veelvuldig gebruik van institutionele bronnen. Die bronnen representeren een instelling of organisatie, zijn gemakkelijk bereikbaar en leveren informatie waarmee een journalist snel uit de voeten kan. Het gevolg is dat institutionele bronnen domineren in de journalistieke keuze voor de invalshoek van de berichtgeving. Gemeentelijk beleid bijvoorbeeld maakt als gevolg van redactionele routines een veel grotere kans de invalshoek van berichtgeving te bepalen dan de standpunten en belangen van burgers.

Zoals geldt voor elke beroepspraktijk zorgen routines ervoor dat de dagelijkse gang van zaken op de werkvloer voorspelbaar verloopt. Dit geldt voor zowel de routines met betrekking tot bronselectie en nieuwsgaring als de routines waarmee redacties hun werkzaamheden efficiënt organiseren en coördineren via redactieoverleg, taakverdeling, productie- en paginaplanning.

Routines vergemakkelijken en structureren de dagelijkse bezigheden, maar zij hebben ook hun nadelen. Als journalisten kunnen verwijzen naar geaccepteerde routines en conventies – ‘zo doen we dat op deze redactie’ – hoeven ze niet fundamenteel na te denken over wat journalistieke kernwaarden precies inhouden (Deuze, 2004a: 103). Bij Davies (2008) zijn journalistieke waarden door de gangbare opgelegde routines en conventies zelfs geheel weggefilterd. Hun plaats is in de dagelijkse Britse redactiepraktijk ingenomen door *rules of production*, die voor een snelle, constante, voorgekauwde berichtenstroom moeten zorgen (Davies, 2008: 109-154). Jones (1995: 127) spreekt van *production line journalism*, Davies van *churnalism*. Journalisten zien routinematig handelen eveneens als een risico. Zij vrezen onder meer dat agendamatisch en routineus werk ten koste gaat van eigen journalistiek speurwerk (Golding & Elliott, 1979; Hermans, 2000).

In de routines van de alledaagse praktijk komen de spanningen tussen verschillende journalistieke waarden naar voren. Witschge en Nygren (2009: 41) karakteriseren de relatie tussen professionele waarden en de dagelijkse eisen die aan de nieuwsproductie worden gesteld, als een voortdurend onderhandelingsproces:

‘Journalism can be analyzed as an ongoing negotiation between (...) the *organizational* demands with standards, routines and goals for the media company and the *occupational* values, norms and professional identity developing among journalists themselves.’

Veel auteurs wijzen op de nadelige gevolgen van de journalistieke routines voor het in het nieuws gepresenteerde wereldbeeld. Van wat zich als werkelijkheid voordoet, maken journalisten op basis van routines een geconstrueerde werkelijkheid: het nieuws (Tuchman, 1973, 1978; Molotch & Lester, 1974; Gans, 1979; Fishman, 1980; Shoemaker & Reese, 1996; Randall, 2000: 16-18). Media vertekenen de werkelijkheid, niet doordat journalisten een bewust eenzijdige voorstelling van gebeurtenissen geven, maar door *framing*, zij kiezen een invalshoek om een korte, heldere, consistente beschrijving van de gebeurtenissen te kunnen geven, aldus Schudson (2003):

‘Every narrative account of reality necessarily presents some things and not others; consciously or unconsciously, every narrative makes assumptions about how the world works, what is important, what makes sense, and what should be’ (Schudson, 2003: 35-36).

Routines behoren tot de culturele bagage van de journalistiek, maar in de literatuur en in de beroepsgroep worden ze regelmatig verbonden met de termen routinematig en routineus, die staan voor snel en oppervlakkig. Zo schrijft Manning (2001: 52) dat journalisten, gegeven de toenemende honger naar nieuws, 24 uur per etmaal, zeven dagen per week, wel móeten buigen voor de eisen van routineuze nieuwsproductie. Alledaagse routines verdringen dan ook gemakkelijk de langetermijndoelstellingen van de redactie (Russ-Mohl, 1996).

Deze spanningen tussen theorie en praktijk, tussen waarden en routines zullen op elke werkvloer opgelost moeten worden. Die spanningen kunnen in de loop van de tijd ook veranderen of oplopen doordat ontwikkelingen in de maatschappij, de technologie of het mediabedrijf van invloed zijn op routines. Witschge en Nygren zagen in hun onderzoek op redacties van Britse en Zweedse nieuwsmedia veranderingen in routines, normen en regels: een meer marktgerichte nieuwsselectie, een relativerender benadering van het streven naar nauwkeurigheid en een toenemende interactie met het publiek. Maar de redacties van de ‘oude’ media houden over het algemeen vast aan vertrouwde routines en blijven denken in termen van eisen van het dagblad, ook als zij tevens onlinenieuws produceren (Witschge & Nygren, 2009: 50-51). De digitalisering zorgt voor een ontkoppeling van journalistiek en mediaorganisaties en dat zal van grote invloed zijn op de manier waarop nieuws wordt geproduceerd, verwachten Becker en Vlad (2009: 70).

Wat deze auteurs in hun onderzoek zagen als veranderingen in routines en nieuwsselectie, kunnen we ook interpreteren als een accentverschuiving in waarden die met deze routines en nieuwsselectie zijn verbonden. In de professionele praktijk moeten de spanningen tussen theorie en praktijk, waarden en routines, worden opgelost doordat de professionals praktische perspectieven kunnen hanteren om met de tegenstellingen en knelpunten om te gaan (vgl. Becker et al. 1961).

Professionele oriëntaties op journalistieke kwaliteit

Perspectieven worden beroepsbeoefenaren bijgebracht in de beroepsopleiding en via socialisering op het werk (Hijmans, 1985). Met het perspectiefconcept verwijzen Becker c.s. (1961) naar ‘het gecoördineerde stelsel van ideeën en opvattingen waarvan personen gebruik maken om een problematische situatie aan

te kunnen, en om te verwijzen naar de manier waarop personen in zo'n situatie gewoonlijk denken, voelen en handelen' (in Hijmans, 1985: 24). In een poging om perspectieven af te grenzen van waarden en attitudes benadrukken Becker c.s. een direct verband tussen perspectieven en dilemma's. Perspectieven bieden praktische antwoorden op dilemma's. Aan de hand hiervan reconstrueert Hijmans perspectieven van leerkrachten, die in de onderwijspraktijk te maken krijgen met het dilemma tussen professionele kennis (waaronder vorming en onderwijsidealen) en de dagelijkse praktijk (het aanleren van vaardigheden).

Naast beroepswaarden en de ermee verbonden routines zijn er ook in de journalistiek gangbare manieren van waarnemen en interpreteren van dagelijks terugkerende problemen in de beroepspraktijk, die we kunnen duiden als perspectieven.

Perspectieven of oriëntaties⁸ komen aan het licht in soorten professionaliteit in kennisberoepen. Evetts (2003) en Örnebring (2009) onderscheiden een professionele praktijk waarbij de beroepsgroep zelf normen en gedragsregels heeft ontwikkeld en aanspraak maakt op autonomie en zelfregulering op 'zijn' vakgebied, en een waarbij professionals deel uitmaken van een bredere, hiërarchische werkorganisatie die de beroepsgroep van bovenaf normen en regels oplegt. In het eerste geval spreekt Örnebring van *occupational professionalism*, in het tweede van *organizational professionalism*.

Redacties en journalisten die kenmerken vertonen van *occupational professionalism*, richten zich primair op de normen en regels van het vak en proberen hun autonomie en hun zeggenschap over de professionele maatstaven te behouden; redacties en journalisten met kenmerken van *organizational professionalism* oriënteren zich meer op de doeleinden en methoden van hun werkgever. In de praktijk doet zich zelden uitsluitend de ene of de andere variant van professionaliteit voor; de opvattingen en oriëntaties strijden om de voorrang in het dagelijkse nieuwsproces.

Hermans (2000) gebruikt het perspectief- of oriëntatieconcept om de journalistieke afwegingen tussen verschillende belangen te verhelderen. In haar onderzoek op de NOS-journaalredactie onderscheidt zij vier oriëntaties die een rol spelen bij het handelen van journalisten: een ideologische oriëntatie, een organisatie-oriëntatie, een praktische oriëntatie en een persoonlijke oriëntatie. De ideologische oriëntatie staat voor de professionele waarden en normen, de organisatie-oriëntatie voor de

⁸ Voor de term perspectieven gebruiken we in dit verband liever de term oriëntaties. De term perspectieven zullen we reserveren voor het geheel van opvattingen en redeneringen achter de kwaliteitsmodellen die worden besproken in de volgende subparagraaf.

belangen en werkomstandigheden van de nieuwsorganisatie. Alle praktische omstandigheden die een rol spelen in het dagelijks handelen, vormen de praktische oriëntatie. De persoonlijke oriëntatie ten slotte wordt gevormd door individuele omstandigheden en persoonskenmerken. De oriëntaties spelen op wisselende momenten een rol in situaties waarin journalisten keuzes moeten maken en beslissingen moeten nemen. De voorrang die journalisten geven aan de ene dan wel de andere oriëntatie blijkt te verschillen naar gelang de positie die zij innemen in de redactionele hiërarchie. In Hermans' onderzoek domineerde in de lagere regionen van de redactie de ideologische oriëntatie, bij de leidinggevenden en het middenkader de oriëntatie op de praktijk en de organisatie (ibid., 2000: 179-183). Hermans ontleende haar oriëntaties aan een nieuwsorganisatie waarin professionele normen, organisatiedoelen en praktische beperkingen op individueel niveau en in de redactionele hiërarchie om de voorrang strijden. In het kader van de kwaliteitsvraag zijn oriëntaties ook bruikbaar om op redactieniveau onder meer het dilemma tussen meer beroepsgerichte en meer organisatie- en marktgerichte overwegingen en praktijken te verhelderen. De vraag waarop of op wie journalisten zich in het redactieproces oriënteren, kunnen we in verband brengen met waardenpatronen en met routines waarmee redacties deze waarden in de dagelijkse praktijk vertalen.

Drie kwaliteitsmodellen: professie, markt, gemeenschap

In nieuwsjournalistiek en de nieuwsmedia in de VS zijn in de twintigste eeuw twee concurrerende perspectieven de boventoon gaan voeren:

‘Journalism is understood as a constant battle between the bad guys upholding market model news (...) and the good guys upholding trustee model news, the dedicated, professional journalists who speak truth to power and follow the story wherever it may lead, whomever it may embarrass, and however few readers it might attract’ (Schudson, 1999: 120).

Deze tegenstelling geldt niet alleen voor de journalistiek in de VS. Op basis van een uitgebreide analyse van kwaliteitsconcepten, discussie en praktische ontwikkelingen in de (internationale) journalistiek heeft Buijs een zestal verschillende journalistieke kwaliteitsoriëntaties onderscheiden (vgl. Buijs, 2011: 223-257). Twee modellen zijn in de discussies dominant, zoals in het citaat van Schudson al naar voren kwam: tegenover het *marktmodel* waarin nieuwsmedia aantrekkelijk moeten zijn en met elkaar concurreren om consumenten te trekken,

hanteren anderen een *professiemodel* waarin deskundige en goed getrainde journalisten kwaliteitsjournalistiek produceren waarin de waarheid omtrent situaties, ontwikkelingen of gebeurtenissen wordt blootgelegd. Hoewel we deze modellen ook kunnen herkennen in het veelgebruikte onderscheid tussen *tabloids* en *quality papers*, betekent dit niet dat het handelen van journalisten en managers van deze mediasoorten louter als zuivere vormen van deze denkmodellen kunnen worden opgevat. In de praktijk zullen we mengvormen aantreffen, alleen al omdat journalistiek-professionele en marktoverwegingen bij elk medium een rol spelen en elkaar allerminst uitsluiten.

Een derde model, het burgermodel, koppelt elementen uit beide hoofdtypen aan eigen waarderungen en kenmerken, die samenhangen met de betrokkenheid van het medium bij de gemeenschap van het verschijningsgebied. Dit is met name relevant voor regionale kranten die in het onderzoek centraal staan, vanwege de veronderstelde bindende functie van de regionale krant voor de gemeenschap(pen) waarin zij verschijnt.

Naast het professiemodel, het marktmodel en het burgermodel vinden we in de journalistiek opvattingen, stijlen en praktijken die we eerder hebben getypeerd als het publieksgerichte model (behoeften van het publiek staat centraal), het interactieve onlinemodel (bijv. nieuws- en opinieblogs) en het participatieve, geëngageerde model (undercoverjournalistiek) (vgl. Buijs, 2011: 241-255). Omdat deze modellen minder uitgekristalliseerd zijn en voor de regiojournalistiek minder relevant zijn, worden zij hier niet verder uitgewerkt.

De drie perspectieven op journalistieke kwaliteit worden hieronder uitgewerkt door te letten op een zestal elementen die in elk model invulling moet krijgen: de waarden die in het perspectief domineren, de sociale groep waarop het kwaliteitsbegrip is georiënteerd, de opvatting wat nieuws is, stijlkenmerken van het journalistieke handelen, de journalistieke genres die centraal staan, de rolopvatting van de journalist en de vorm van kwaliteitsbewaking. In de beschrijving van kenmerken van kwaliteitsconcepten wordt gebruik gemaakt van *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk* (Buijs, 2011: 227-257).

2.2.1 Kenmerken van het professieperspectief

- Waarden

In het professiemodel is onafhankelijkheid een centrale waarde. Wil de journalist het publiek waarheidsgetrouw kunnen informeren, dan zijn onafhankelijkheid van degenen over wie de journalist bericht en onafhankelijkheid van geest in de professionele visie een vereiste (Kovach & Rosenstiel, 2001: 96-98) ‘(...) the idea

of autonomy is based on the premise that journalism should remain as an independent public actor so that it can deliver balanced and uncorrupted information to citizens' (Ahva, 2010: 80). De journalistiek kan haar waakhond-functie alleen vervullen wanneer zij haar onafhankelijkheid behoudt ten opzichte van andere institutionele actoren (Hanitzsch, 2007). Uitoefening van hun vak in onafhankelijkheid dient het algemeen belang in de professionele visie het best (Singer, 2003: 142).

Net als andere professies claimen journalisten en redacties intellectuele en organisatorische zeggenschap over hun vakgebied, omdat zij pretenderen hun handelen te baseren op gespecialiseerd vakmanschap, beroepsregels en ethische normen (Larson, 1977; Abbott, 1988). Een rol die naar hun overtuiging niet door anderen kan worden vervuld (Witschge & Nygren, 2009: 52-53). 'By appealing to the value of autonomy, the journalistic profession tries to maintain its legitimacy and relevance in the mediatized and commercialized social environment' (Ahva, 2010: 82).

Objectiviteit is eveneens een belangrijke waarde in het professiemodel. Er wordt niet mee bedoeld dat journalisten zelf objectief kunnen zijn, maar dat zij moeten streven naar objectiviteit in het nieuwsproces, en wel door hun formuleringen, door feiten te controleren en transparant te werk te gaan (Kovach & Rosenstiel, 2001: 76). Onpartijdigheid, neutraliteit, evenwichtigheid en afstandelijkheid worden doorgaans gerelateerd aan objectiviteit (McQuail, 1992; Deuze, 2002).

Deskundigheid en een kritische – óók zelfkritische – instelling zijn gewaardeerde eigenschappen waardoor de professionele journalist met gezag kan berichten over relevante gebeurtenissen en ontwikkelingen, en deze kan duiden, analyseren en becommentariëren (McQuail, 1992: 121-140; Arnold, 2009: 178-179).

Dienstbaar is de journalist aan het publiek – journalisten delen het gevoel het 'voor het publiek te doen', aldus Deuze (2002: 11) – maar in de professionele visie wordt het publiek tevens verbonden met de publieke zaak, het gemeenschappelijk belang. '(...) journalists justify their actions, defend their craft, plead their case in terms of public right to know, their role as the representative of the public, and their capacity to speak both to and for the public' (Carey, 2007: 12). Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid zijn professionele waarden die in de publieke dienstbaarheid zijn ingebed (Ahva, 2010: 83).

Actualiteit is een journalistieke kernwaarde. Journalisten vinden het belangrijk nieuws zo snel mogelijk door te geven (zie o.m. Weaver & Wilhoit, 1996; Deuze, 2002; Weaver et al., 2007: 244; Ahva, 2010: 85), zij het dat actuele informatie in het professiemodel gewoonlijk pas *fit to print* is wanneer feiten en beweringen zijn

gecontroleerd, wederhoor in voorkomende gevallen is toegepast en de berichtgeving voldoet aan de professionele maatstaven van betrouwbaarheid en zorgvuldigheid.

- *Oriëntatie*

Beroepsgroep en beroepsethiek zijn ijkpunten in de professionele oriëntatie. Of professionele journalisten hun werk goed doen, wordt vooral bepaald door het oordeel van collega's; reacties van lezers vinden zij minder belangrijk. Neutrale, nuchtere berichtgeving, duiding en analyse vragen om een paternalistische houding: 'het zelfbewust hanteren van het perspectief dat journalisten door hun kennis en training weten wat de belangrijkste ontwikkelingen in de samenleving zijn', aldus de journalisten Oosterbaan en Wansink (2008: 173). Niet de wens van de lezers vormt de voornaamste leidraad, maar datgene wat de burgers in de ogen van redacties moeten weten om in de samenleving te kunnen functioneren.

- *Nieuwsdefinitie*

De selectie van nieuwsonderwerpen en de actualiteitsdruk worden in het professiemodel sterk gestempeld door de opvatting dat actuele informatie pas nieuws is als mensen het moeten weten. En wat mensen moeten weten, bepaalt de redactie. Het betekent niet dat elke redactie er haar eigen opvattingen op na houdt over wat nieuws is. In het professionele model richten journalisten en redacties zich sterk naar elkaar en naar andere professioneel opererende nieuwsmedia en collega-journalisten. Daarbij loopt de journalistiek wel het risico zich te veel op zichzelf te oriënteren – door Oosterbaan (2003) getypeerd als het journalistiek – en slachtoffer wordt van de illusie van de journalistieke autonomie (Oosterbaan & Wansink, 2008: 102).

Gedeelde opvattingen bestaan eveneens over wat *geen* nieuws is: oud nieuws, irrelevante informatie, overbodige toevoegingen, verzamelde emoties en informatie die de persoonlijke levenssfeer van betrokkenen nodeloos aantast of in strijd is met gangbare regels van fatsoen en goede smaak.

- *Stijlkenmerken en favoriete genres*

Met de professionele waarden, de opvatting van wat nieuws is en de professionele oriëntatie corresponderen de stijlkenmerken van de berichtgeving: afstandelijk-objectiverend, opgebouwd en samengesteld volgens conventionele regels (de 'omgekeerde piramide', meerdere bronnen geraadpleegd en vermeld, wederhoor toegepast) en scheiding van genres (nieuws versus commentaar, hard nieuws versus reportage).

In het professionele model zijn hard nieuws – bij voorkeur gebaseerd op eigen onderzoek – analyses, kritische interviews en achtergrondproducties in de ‘harde’ maatschappelijke, economische en politieke sectoren favoriete genres. Voor deze klassieke functies moeten kwaliteitskranten nadrukkelijk kiezen, is de boodschap van Oosterbaan en Wansink (ibid., 2008: 174).

- *Rol van journalist en redactie*

Aangezien het professionele model de journalistieke opdracht inhoudt van objectieve boodschapper én waakhond, is de rol van journalisten en redactie tweeledig. Enerzijds geven zij geverifieerde, actuele en als relevant beoordeelde informatie door, voorzien van deskundige uitleg, die de lezer een coherent referentiekader biedt (Knapen, 1995: 184), anderzijds treden zij op als waakhond van de democratie en de publieke zaak (zie o.a. Baran & Davis, 2000: 99).

- *Kwaliteitsbewaking*

Hoewel nieuws in de professionele beroepsopvatting hoofdzakelijk eenrichtingsverkeer is, worden kritiek van het publiek en zelfkritiek sinds de jaren negentig in het professionele kwaliteitsconcept geïncorporeerd en gekanaliseerd. Redacties die werken volgens professionele uitgangspunten, zien hierin geen beletsel om óók rekening te houden met wensen van het publiek en doelstellingen van het mediabedrijf. Toch blijven de eigen beroepsgroep, de regels en de ethiek van het vak en de professionele nieuwsdefinitie de toetsstenen voor kwaliteit. Voldoet de kwaliteit niet, dan is zelfregulering de aangewezen weg om alsnog aan de eigen maatstaven te voldoen.

2.2.2 Kenmerken van het marktperspectief

- *Waarden*

Onafhankelijkheid van redactie en journalist is ook in het marktmodel een kernwaarde, zij het dat onafhankelijkheid hier primair betrekking heeft op de relatie tot bronnen en andere externe factoren die van invloed zijn op het journalistieke proces. De onafhankelijkheid van de redactie binnen de marktgeoriënteerde mediaorganisatie is beperkt wanneer *organizational professionalism* domineert. Toegankelijkheid, aantrekkelijkheid en actualiteit zijn prominente kwaliteitskenmerken van de marktgeoriënteerde berichtgeving (Russ-Mohl, 1996; Pöttker, 2000).

Andere professionele waarden – betrouwbaarheid, zorgvuldigheid, duiding, pluraliteit – komen tot gelding voor zover de toepassing ervan in nieuwsgaring en

berichtgeving geen beletsel vormt voor de dubbele dienstbaarheid van de redactie aan de publieke zaak én de doeleinden van de marktgerichte organisatie (rendement, aandeelhouderswaarde, continuïteit).

- *Oriëntatie*

Berichtgeving en opiniëring zijn afgestemd op wat ‘de lezer’ vindt, voelt en van zijn medium verwacht. De lezer wordt benaderd als nieuwsconsument die verrast en geroerd wil worden en die op de hoogte wil blijven van wat er te koop is, van zorg- en onderwijsvoorzieningen tot kleding en reisarrangementen.

In de dosering ervan binnen één krant houdt de redactie mede rekening met de spreiding en de percentages van de lezersvoorkeuren. Bij productvernieuwing richt men zich vooral op initiatieven die aansluiten bij de wensen en behoeften van (potentiële) doelgroepen (Prenger & Van Vree, 2004). Hun veronderstelde wensen worden gepeild door het bijhouden van lezersreacties en periodiek lezersonderzoek. Als de doelgroep tevreden is, is de kwaliteit bereikt (Van Hoof, 1996: 75-76). Redacties laten hun lezers en kijkers met hun voorkeuren in kaart brengen aan de hand van typologieën als kosmopolieten, opwaarts mobilen, ambitieuze plezierzoekers en maatschappelijk teleurgestelden. Lezers van regionale dagbladen worden onderverdeeld in zekerheidszoekers, buurtsnuffelaars, sensatiezoekers, zakelijken en luchtige nieuwszoekers (De Wolff, 2005).

- *Nieuwsdefinitie, stijlkenmerken en favoriete genres*

Nieuws is alles wat mensen bezig houdt, wat gespreksstof oplevert en waarover zij een mening hebben. Het opwekken, verwoorden en verbeelden van emotie is een kenmerk van journalistieke keuzes en invalshoeken in het marktmodel. De voorkeur gaat uit naar het onthullen van schandalen en misstanden, berichtgeving over criminaliteit, bekende personen, menselijk lief en leed, sport, vormen van infotainment (zie Rennen, 2005) en servicegerichte bijlagen, rubrieken en informatie.

- *Rol van journalist en redactie*

In het marktmodel is de rol van de journalist breder dan die van producent van (spectaculair) nieuws; hij is de leverancier van alle journalistieke informatie die zijn markt, gefaciliteerd door adverteerders en sponsors, wenst en verwacht.

- *Kwaliteitsbewaking*

In de kwaliteitsbewaking spelen oplage- en bereikcijfers een grote rol. Niet om de lezers de inhoudelijke keuzes te laten voorschrijven, maar om de prestaties achteraf

te evalueren (Van Hoof, 2000: 27). Het idee dat de markt de beste graadmeter is voor het beoordelen van kwaliteit correspondeert met het idee – en volgens Entman (1989: 3) de illusie – van een *free marketplace of ideas*.

2.2.3 Kenmerken van het burgerperspectief

- Waarden

In het burgermodel als exponent van zogenoemde civiele journalistiek blijft de regie – anders dan in zogenoemde burgerjournalistiek – in handen van professionele journalisten en redacties (Drok, 2007: 18). Redactionele onafhankelijkheid is een vereiste voor een goede invulling van de civiel-journalistieke opdracht. Andere gangbare professionele waarden als waar(achtig)heid, onpartijdigheid, pluriformiteit in perspectieven en meningen, onbevooroordeeldheid en brontransparantie (Wagner, 2003) zijn ook van toepassing op het burgermodel (Forster, 2006: 188). Pöttker (1999) noemt waar(achtig)heid het belangrijkste kwaliteitskenmerk. Volgens Forster moet civiele journalistiek daarom meer als een zinvolle aanvulling op de conventionele journalistiek worden gezien dan als vervanging (Forster, 2006: 372). Het gaat ook niet om een radicaal andere manier van journalistiek bedrijven, menen Jansen en Drok, maar om accentverschuivingen ‘van instituties naar burgers en hun onderwerpen’, ‘van politieke tactiek naar gevolgen voor burgers’ en ‘van passief (nieuws)consumentisme naar actief burgerschap’ (Jansen & Drok, 2005: 27).

Objectiviteit is ook in het burgermodel een kenmerk van berichtgeving, zij het dat deze waarde hier op eigen wijze wordt gedefinieerd: ‘Journalism should advocate democracy without advocating particular solutions’ (Charity, 1995, geciteerd in Forster, 2006: 185). De civiele journalist is objectief en aan feiten gebonden, maar objectiviteit is voor hem geen doel op zich. Objectiviteit moet het mogelijk maken zich in te zetten voor democratische oplossingen van maatschappelijke problemen, zonder zich aan specifieke voorstellen en ideeën te binden (Forster, 2006: 194).

Actualiteit is niet per se de dominante nieuws waarde. Als het gaat om regionaal nieuws, vinden nieuwsgebruikers snelle berichtgeving minder belangrijk dan journalisten. Men heeft liever dat regionale media meer aandacht besteden aan het dagelijks leven en minder aan incidenten (Heider et al., 2005, in Costera Meijer, 2010: 228-229). Het doel van berichtgeving is niet de primeur maar bijdragen aan maatschappelijke betrokkenheid.

In het burgermodel staan journalistiek en professionele waarden in dienst van democratie en burgerschap. Dienstbaarheid houdt hier in dat de journalistiek betrokken is bij het democratisch proces en burgers die erin participeren, de

betrokkenheid en het debat van en met burgers bevordert, het publiek niet alleen feitelijk informeert en duiding biedt maar ook oplossingen en perspectieven aandraagt, en publiekelijk verantwoording aflegt over keuzes en effecten (Rosen, 1999; Rosen, in Drok & Jansen, 2001; Drok, 2007: 17).

- *Oriëntatie*

In het burgermodel zijn journalist en redactie georiënteerd op de burgers die de gemeenschap vormen waarbinnen en waarvoor zij een bindende en podiumfunctie vervullen, en op het democratisch proces in de gemeenschap. Niet de beroepsgroep of de markt is het belangrijkste referentiepunt maar een rechtvaardige en democratische *civil society* (Drok, 2007: 17). Deze oriëntatie combineren zij met de oriëntatie op beroeps(ethische) waarden en normen uit het professiemodel.

- *Nieuwsdefinitie*

De nieuwswaarde van feiten, gebeurtenissen en ontwikkelingen wordt bepaald door de vraag of de gemeenschap iets aan de informatie heeft, er wat mee kan doen.

De mate waarin nieuws de gebruiker meer betrokken maakt bij en inzicht geeft in de werking van de democratie, is de maatstaf van publieke kwaliteit (Costera Meijer, 2001: 398).

- *Stijlkenmerken en favoriete genres*

Berichtgeving in het burgermodel onderscheidt zich voornamelijk door de actieve en activerende rol van de journalist. Anders dan in het professie- en het marktmodel kan de journalist hier in het nieuws participeren doordat hij onderwerpen aankaart, samen met burgers naar oplossingen voor hun problemen zoekt en eventueel met hen actie voert, zoals een verslaggever van het tv-onderzoeksprogramma Zembla deed met bewoners van zijn woonwijk⁹ (Buijs, 2011: 235-236).

Deze houding en oriëntatie bepalen de genres in het burgermodel: onderzoeks-journalistieke projecten ten dienste van de gemeenschap, reportages en andere berichtgeving vanuit het perspectief van de burger en niet vanuit de instituties, onderwerpen die met inschakeling van burgers tot stand komen, en blijvende aandacht voor langer lopende onderwerpen die belangrijk zijn voor de kwaliteit van democratie en burgerschap, in plaats van incidentele aandacht die wegeeft zodra 'het nieuws' eraf is (Jansen & Drok, 2005: 27).

⁹ 'Baas in eigen buurt', Zembla, 7 oktober 2007.

Schema 1. Kenmerken van kwaliteitsmodellen (vgl. Buijs, 2011: 227-235)

	Professiemodel	Marktmodel	Burgermodel
<i>Waarden</i>	Onafhankelijkheid, objectiviteit, actualiteitsgericht, deskundig, kritisch dienstbaar aan de publieke zaak	Onafhankelijkheid, actualiteitsgericht. Emotie, dienstbaar aan de publieke zaak én aan doelen mediabedrijf	Betrokkenheid, burgerschap, oplossingsgericht, dienstbaar aan de gemeenschap
<i>Oriëntatie</i>	Professie (collega's & concurrenten), beroepsethiek	Mediagedrag en wensen van doelgroepen. Het publiek wordt benaderd als consument	Community (lokaal/regionaal) en samenleving als geheel, het publiek benaderd als burger
<i>Nieuwsdefinitie</i>	Nieuws is wat mensen moeten weten	Wat mensen willen weten	Waar de gemeenschap iets aan heeft
<i>Kenmerken</i>	Afstandelijkheid, journalistieke conventies, scheiding journalistieke genres	Aandacht trekkend, kort, snel, vox pop, appellerend aan wat mensen raakt	Agenderen wat mensen bezig houdt, oplossingen bieden
<i>Favoriete genres</i>	Hard nieuws, interpreterend nieuws, eigen onderzoek, kritische interviews, analyse en opiniëring: politiek, cultuur, maatschappij, economie, onderwijs en wetenschap	Onthullingen (schandalen, misstanden, misdrijven), het persoonlijke verhaal, consument en service, infotainment, sport, beroemdheden, lief en leed	Nieuwsverhalen van onderop, eigen onderzoek, follow up en interactie, onderwerpen dicht bij de mensen
<i>Rol van journalist en redactie</i>	Poortwachter van de waarheid, waakhond, doorgeefluik	Leverancier van (gevraagde) informatie	Gespreksleider, burgerraadsman, straathoekwerker
<i>Kwaliteitsbewaking</i>	Zelfregulering	Continue oplage- en kijkcijfers	Terugkoppeling naar de community

- *Rol van journalist en redactie*

De journalist is hier niet de afstandelijke waarnemer of de jager op sensationeel nieuws, maar eerder een combinatie van gespreksleider en feitenonderzoeker. Een soort burgerraadsman. Merrit (1995: 94-95) vergelijkt de rol van de journalist met die van scheidsrechter.

De journalistiek zou haar democratische opdracht ruimer moeten opvatten dan alleen het bieden van goede, onafhankelijke informatie. Dat kan door efficiënter gebruik te maken van de kennis en expertise van nieuwsgebruikers (participatie) en door in de berichtgeving een meer representatief beeld van burgers te geven (Costera Meijer, 2009: 10-14; 2010: 225-228).

- *Kwaliteitsbewaking*

Hoewel de bewaking van de journalistieke kwaliteit ook in het burgermodel de eerste verantwoordelijkheid blijft van de redactie, richten journalist en redactie zich nadrukkelijk op de inbreng en reacties van burgers. Zij bepalen mede de loop van nieuwsonderwerpen en -aanpak.

De kenmerken van kwaliteitsmodellen zijn samengevat in schema 1.

2.3 Redactionele kerntaken en professionele spanningsvelden

Na de schets van de editieredactie als werkorganisatie en de bundeling van dagelijkse redactionele werkzaamheden in drie kernactiviteiten (§ 2.1) en de schets van journalistieke kwaliteitscriteria aan de hand van drie modellen en perspectieven (§ 2.2) brengen we in deze paragraaf voor elk van de drie redactionele kernactiviteiten de belangrijkste spanningsvelden in kaart waarin editie-redacties hun activiteiten ontplooiën.

2.3.1 Het redactieproces met betrekking tot overleg, selectie en nieuwsgaring

- *Individuele autonomie: journalist versus redactie*

In elke professionele werkorganisatie doet zich spanning voor tussen de handelingsvrijheid en beslissingsruimte van de individuele professional en de eisen, wenselijkheden en resultaatgerichte routines van het collectief. Op redacties doet het spanningsveld tussen de journalist als professional en als onderdeel van de redactie (Van Zoonen, 1998) zich het duidelijkst gelden in het dagelijkse collectieve overleg, waarvan de selectie en de invalshoek van nieuwsonderwerpen aan de orde komen.

Het spanningsveld tussen individu en redactie, in de engelstalige literatuur aangeduid als de spanning tussen *agency* en *structure* (vgl. Deuze, 2004a: 105-106),

vatten we op als de speelruimte tussen de betrekkelijke vrijheid van de journalist in het aanpakken van nieuwsonderwerpen en de vaste redactionele patronen en routines met vaak ongeschreven regels en afspraken (Hermans, 2000; vgl. Van Hout, 2010: 11-12). De redactie socialiseert haar leden en bevordert conformisme en consensus (Breed, 1955; Vasterman & Aerden, 1995), terwijl professionele journalisten juist op autonomie gesteld zijn. Bepaalde beslissingen in het journalistieke proces houden volgens Deuze (2004a: 183) het midden tussen routine en uniciteit, tussen patroon en afwijking.

Doelstellingen van de organisatie perken de professionele vrijheid van de journalist in (Vasterman & Aerden, 1995). Als lid van de redactie conformeert de journalist zich gewoonlijk aan het beleid van de krant, ook als dat niet spoort met zijn professionele normen of persoonlijke opvattingen. 'Instead of adhering to societal and professional ideals, he redefines his values to the more pragmatic level of the newsroom group' (Breed, 1955). Beslissingen op redactieniveau kunnen botsen met meningen, overtuigingen en soms principiële stellingnames van individuele journalisten. In redactiestatuten zijn dit soort conflictueuze situaties min of meer gereguleerd om escalatie te voorkomen (Asscher et al., 2006: 27-28).

De autonomie van de individuele journalist op redacties is sinds de jaren tachtig verzwakt, aldus Amerikaanse verslaggevers in een onderzoek van Weaver et al. (2007). Dit kan gevolgen hebben voor de pluriformiteit in de berichtgeving. 'If reporters are not able to cover stories they think are important, this can negatively impact the ability of journalists to provide a full and fair account of the day's events – something that is necessary for an informed citizenry in a democracy' (Weaver et al., 2007: 243).

Het kan ook gevolgen hebben voor de betrouwbaarheid, onpartijdigheid en volledigheid van de berichtgeving. Organisatie- en productiedruk kan de journalist beletten zelf nieuwsgebeurtenissen bij te wonen en in plaats daarvan aan het bureau een door anderen geproduceerd persbericht over de gebeurtenissen te bewerken en/of een voorlichter te bellen: nieuws uit de tweede hand.

- *Individuele autonomie: journalist én redactie*

De spanning tussen de eisen van het redactiecollectief en de handelingsvrijheid van de individuele journalist is niet simpelweg te reduceren tot conformisme en routines versus individuele autonomie en creativiteit. Ook op redactieniveau is er een spanningsveld tussen vrijheid (creativiteit, originaliteit) en routine, tussen de redactie als kleinschalige *free marketplace of ideas* en de redactie als plannings- en productiegerichte werkorganisatie.

Redactieoverleg draagt bij aan journalistieke kwaliteit wanneer individuele journalisten worden geprikkeld na te denken en te discussiëren over nieuws-onderwerpen en invalshoeken waarin men zich onderscheidt van andere nieuws-media, en gebruik te maken van elkaars kennis, contacten en ideeën, en wanneer journalisten worden geprikkeld tot tegenspraak. In dat geval wordt de individuele autonomie organisch ingepast in het redactionele proces. Het draagt ook bij aan journalistieke kwaliteit wanneer journalisten elkaar aanspreken op fouten en twijfelachtige keuzes, omdat dit hen bewust doet zijn van de eigen verantwoordelijkheid en het belang van beroepsstandaarden (Borden, 2007). Redactieoverleg kan zich ook beperken tot het inventariseren en regelen van werkzaamheden en productieplanning, en kan worden gekenmerkt door non-interventie: ik bemoei me niet met jouw werk, en jij dus ook niet met het mijne. In het laatste geval wordt de kwaliteit van het journalistieke proces gereduceerd tot de kwaliteit van de individuele bijdragen, zonder meerwaarde van het collectief.

- *Structurele autonomie: redactie versus bronnen*

Individuele autonomie, die betrekking heeft op de relatie journalist-redactie, onderscheiden we van structurele autonomie. De laatste heeft betrekking op de mate van vrijheid van de journalist tegenover nieuwsbronnen die belang hebben bij journalistieke berichtgeving (Kovach & Rosenstiel, 2001; McDevitt, 2003; Schudson, 2005). Zij vestigen de aandacht op het transactieproces tussen journalisten en bronnen. Russ-Mohl (2006) vat het nieuws op als een product dat op verschillende markten wordt verhandeld. Op een van de deelmarkten verhandelen pr-experts en bronnen hun informatie met journalisten in ruil voor publieke aandacht. Van deze ruilhandel denken beide partijen te kunnen profiteren (Russ-Mohl, 2006: 191-195). 'News represents *who* are the authorized knowers and *what* are the authorized versions of reality' (Ericson et al., 1989, in Schudson, 2003: 134)

Gieber (1964) en Soloski (1989) spreken van een symbiotische relatie tussen verslaggevers en bronnen. Giebers onderzoek naar plaatselijke nieuws laat zien dat verslaggevers zich zelden onafhankelijk van hun bronnen opstellen. In plaats daarvan produceren zij verhalen die zijn gebaseerd op informatie van bronnen die evenveel baat hebben bij de transacties als de journalist. Toch geloven verslaggevers in hun vrijheid van handelen. Ze zijn ervan overtuigd dat ze hun eigen verhalen bedenken en uitzoeken.

Eenzelfde constatering vinden we bij Deuze: de meeste journalisten hebben van zichzelf het idee dat men vrij en autonoom het werk doet, maar in de dagelijkse

gang van zaken leunen ze sterk op bronnen van organisaties en personen met geld, politieke en economische macht (Deuze, 2004a: 186).

Randall (2000) typeert de relatie tussen journalist en bronnen als een van gebruiken en gebruikt worden. Professioneel afstand houden is een van zijn adviezen om te voorkomen dat de bron de journalist voor zijn karretje spant (Randall, 2000: 49-57). Een goede relatie met een bron kan een journalist weliswaar primeurs opleveren, maar hij kan hierdoor ook afhankelijk van zijn bron worden (Reese, 1991). Berkowitz (2009: 105) spreekt van een dynamische relatie, waarbij het antwoord op de vraag wie aan het langste eind trekt, afhangt van de context van nieuwsgebeurtenissen en van de macht die ieder van de betrokkenen zichzelf en de ander toedicht. Volgens Manning (2001) is sprake van een machtsstrijd tussen journalisten en hun bronnen om de controle op de informatie.

Journalisten manipuleren bronnen, en bronnen manipuleren journalisten, meent Schudson (2003: 144). Hij haalt de Amerikaanse journalist, auteur en Pulitzer-winnaar J. Anthony Lukas aan: 'In my experience, the relationship between reporter and source (...) is filled with collaboration and manipulation, with affection and distrust, with a yearning for communion and a yearning to flee' (Gottlieb, 1989).

De selectie en het gebruik van nieuwsbronnen bepalen in hoge mate de journalistieke kwaliteit van nieuwsmedia (Rennen, 2000). De relatie met hun bronnen is met de komst van internet fundamenteel veranderd. Journalisten bezitten niet langer het monopolie op nieuws; overheden, bedrijven, instellingen, publieke en private dienstverleners leggen via internet en sociale media rechtstreeks verbinding met hun publiek, zonder het kritisch filter van redacties van onafhankelijke nieuwsmedia. Het publiek speelt eveneens een actieve rol door informatie uit journalistieke en niet-journalistieke bron te delen met anderen. Dit deel van het redactionele proces voltrekt zich voornamelijk in het spanningsveld tussen de journalist en redactie enerzijds en andere producenten en verspreiders van nieuws en nieuwsachtige informatie.

Terwijl de redacties van nieuwsmedia sinds het begin van deze eeuw aanzienlijk krompen, groeiden de sectoren voorlichting (bij overheidsinstanties en non-profitorganisaties) en public relations (bij bedrijven en commerciële organisaties). Er lijkt geen organisatie meer te zijn zónder woordvoerder of communicatieafdeling, constateren Prenger et al. in hun onderzoek *Gevaarlijk spel* (2011):

'Journalisten ervaren steeds sterker dat voorlichters en communicatiemedewerkers als een soort schil om instanties en bedrijven heen zitten. Ze fungeren als poortwachter en stellen zich daarbij buitengewoon assertief op. Zo

gebeurt het dat voorlichters eisen dat zij passages of citaten in reportages en interviews waar zij zelf niet bij aanwezig waren, mogen wijzigen, omdat zij, zoals ze dat zelf zien, uiteindelijk beslissen welk beeld naar buiten wordt gebracht. Of dat overheidsvoorlichters informatieverzoeken traineren omdat dit hun beter uitkomt' (Prenger et al. 2011: 3).

Niet alleen doen woordvoerders zich in directe contacten met journalisten gelden, buitenlands onderzoek laat zien dat ruwweg de helft van de artikelen in kranten is aangeleverd of beïnvloed door pr en voorlichting¹⁰ (Lewis et al., 2006; Reich, 2010; Prenger et al., 2011). Vergelijkbare percentages voor Nederland zijn niet voorhanden,¹¹ maar het vermoeden bestaat dat met name redacties van regionale media leunen op agenda-onderwerpen en persinformatie van voorlichting en pr. Zeker op lokaal niveau komt de informatieverstrekking steeds meer in handen van de afdelingen communicatie van gemeenten (Oosterbaan & Wansink, 2008: 32). Oud-hoofdredacteur Van der Meulen van het Brabants Dagblad stelt: 'Vooral bij regionale kranten is er enorm bezuinigd en ik denk dat veel journalisten heel blij zijn met voorlichters die inmiddels de halve krant volschrijven' (in Prenger et al., 2011: 95).

Schudson ziet journalisten geconfronteerd worden met 'a vast world of para-journalists – public relations firms, public information officers, political spin doctors, and the publicity staffs of a wide variety of institutions, both corporate and non-profit' (2003: 3).

Lewis, Williams en Franklin (2008a, 2008b) baseren zich op Gandy's kritische notie van de *information subsidy*, waarmee pr-experts en andere informatie-specialisten nieuwsorganisaties voorzien van kosteloze kant-en-klare persberichten en andere vormen van informatiepakketjes, bestemd voor het grote publiek (zie ook Rennen, 2000: 103-106). Dergelijke bronnen spelen in op routines: 'The more sources know about and adapt to the media organization's routines, the more likely they are to get favourable coverage' (Shoemaker & Reese, 1996: 258). Veel nieuws, aldus Berkowitz (2009: 104) komt van slimme bronnen die weten wat de verslaggever wil hebben. Organisaties die de publiciteit zoeken, spelen in op het

¹⁰ 'Australië: de pr bepaalt het nieuws', *Villamedia*, 18 maart 2010.

¹¹ Een kleinschalig onderzoek van Hijmans, Buijs en Schafrat uit 2009 wees uit dat de helft van de binnenlandberichtgeving in Nederlandse kranten geheel of gedeeltelijk was gebaseerd op persberichten, maar hierbij werd geen onderscheid gemaakt tussen berichten van de persbureaus ANP en GPD en persberichten van voorlichting en pr. Het onderzoek bevatte aanwijzingen dat persberichten van voorlichting en pr vooral worden gebruikt in de vorm waarin ze door de persbureaus worden bewerkt en naar de aangesloten nieuwsredacties worden verstuurd.

ritme van redacties en hun selectiemaatstaven, en maken moeilijke onderwerpen eenvoudiger en aansprekend (Manning, 2001: 67).

Nieuwsorganisaties die krap in hun personeel en middelen zitten en toch dagelijks zendtijd, pagina's en websites moeten vullen, kunnen dankbaar gebruik maken van dit soort persklare informatie in de vorm van tekst en beeldmateriaal (vgl. Bell, 1991; Allern, 2002), zoals ook blijkt uit onderzoek in Duitsland (Fritsch, 1983; Grimme, 1991; Kretzschmar et al., 2009) en Groot-Brittannië (O'Neill & O'Connor, 2008).

Professionalisering van de journalistiek in de vorm van specialisatie brengt het risico van toenemende afhankelijkheid van bronnen met zich mee. Door zich intensief en langdurig met één sector bezig te houden bouwt een redacteur vaak hechte relaties op met bronnen in die sector (Pavlik, 2004), wat ten koste kan gaan van de journalistieke onafhankelijkheid (Rennen, 2000: 95).

Volgens Oosterbaan en Wansink (2008: 100) zijn journalisten geneigd de sterke afhankelijkheid van hun bronnen te ontkennen. De meeste journalisten hebben wel een goed oog voor het belang dat een bron of een tipgever kan hebben bij publicatie. 'Maar ze staan minder stil bij de vraag hoezeer ze *zelf* afhankelijk zijn van hun netwerk en hoeveel ze aan eigen waarneming ontlelen. In het zelfbeeld van journalisten zal 'een neus voor nieuws' veel sneller als verklaring voor een primeur opdoemen dan de afhankelijkheid van bronnen.'

Door twee elkaar versterkende ontwikkelingen: de toegenomen mogelijkheden van belanghebbende nieuwsbronnen en de afgenomen mogelijkheden van redacties voor het zelf coveren van nieuwsgebeurtenissen en ontwikkelingen, staat de structurele autonomie van redacties onder druk. Voor waarden, routines en oriëntaties van de journalistiek houdt dit in dat redacties minder instaan voor de betrouwbaarheid, onpartijdigheid en evenwichtigheid van hun berichtgeving, maar deze maatstaven feitelijk hebben gedelegeerd aan institutionele bronnen waarin journalisten vertrouwen hebben en waarvan zij vanwege de dagelijkse productiedruk wel gebruik móeten maken. Routines als het checken van informatie en routineuze vuistregels als één bron is geen bron, worden achterwege gelaten (Lewis et al., 2006; Davies, 2008; Diekerhof, 2009; Prenger et al., 2011).

De dominantie van institutionele nieuwsbronnen in de berichtgeving behoort tot de uitgangspunten van de professionele journalistiek en gaat samen met een oriëntatie op de professionele waarden – actualiteit, betrouwbaarheid, relevantie – en routines van de beroepsgroep. Zij gaat tevens samen met een oriëntatie op de eigen nieuwsorganisatie en de eisen aan de nieuwsproductie. Het resultaat is niet alleen dat de berichtgeving minder pluriform is dan in het professiemodel voor wenselijk

wordt gehouden, het staat ook op gespannen voet met het burgerperspectief, waarin nieuwsbronnen worden geselecteerd met het oog op, en ten dienste van, berichtgeving die burgers en de gemeenschap als vertrekpunt kiest. Overigens is ook het burgerperspectief niet spanningsvrij: de behartiging van de belangen van de gemeenschap of van burgergroepen door de redactie kan botsen met haar autonomie en met de onpartijdigheid en evenwichtigheid van haar berichtgeving.

- *Structurele autonomie: redactie versus belangen van de mediaorganisatie*

Op redactieniveau kan het maken van autonome, journalistiek gefundeerde keuzes in nieuwsonderwerpen en nieuwsaanpak spanning opleveren met commerciële belangen van de eigen mediaorganisatie.

De scheiding tussen redactie en commercie ligt sinds de jaren zeventig van de vorige eeuw vast in redactiestatuten (Asscher et al., 2006), maar in de praktijk worden soms redactionele beslissingen genomen met één oog gericht op de commerciële kant. ‘Het hellend vlak’: zo betitelen Vasterman en Aerden (1995: 60-82) de invloed van de commercie op redactionele keuzes.

Uit onderzoek onder Nederlandse hoofdredacteuren van landelijke nieuwsmedia in 2006 bleek dat meer dan de helft wel eens toegeeft aan druk van commerciële belanghebbenden. Bij een kwart van de hoofdredacteuren spelen financiële motieven soms een rol om toe te geven aan druk van adverteerders, die rechtstreeks of via directie en commerciële afdeling wordt uitgeoefend (Prenger, 2007). We weten niet wat het beeld zou zijn wanneer hoofdredacteuren van regionale nieuwsmedia waren ondervraagd, maar er is geen reden te veronderstellen dat zij minder voor commerciële druk wijken dan hun collega's van landelijke media.

Het sterke gevoel van autonomie dat journalisten hebben ontwikkeld, kan botsen met meer consumentgerichte en commerciële ontwikkelingen in met name de regionale uitgeversconcerns, met samenwerkingsvormen tussen redactie, marketing en sponsors van bijlagen, uitbesteding van redactionele taken (Buijs, 2011: 275-278) en inhoudelijke keuzes voor bijlagen en series waarbij het profijt voor het bedrijf zwaarder weegt dan de journalistieke relevantie (Buijs, 2011: 80-84). Zo wordt de redacteur van een regionaal dagblad onder meer geacht mee te werken aan commerciële specials (Vasterman & Aerden, 1995: 57). Witschge en Nygren (2009: 54) zien hierin een ontwikkeling naar deprofessionalisering. Dit spoort met de constatering van Baran en Davies (2000: 101) dat journalisten minder onafhankelijke controle over hun werk hebben dan andere professies.

In het spanningsveld tussen structurele autonomie van redacties en de pressie van uitgevers om redacties meer als marketingorganisaties te laten opereren zijn

waarden als onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, evenwichtigheid en geloofwaardigheid in het geding. Transparantie trouwens ook, vanuit het standpunt dat de lezer moet kunnen nagaan hoe en met welke oogmerken bepaalde berichtgeving tot stand is gekomen.

2.3.2 Het redactieproces met betrekking tot nieuwsproductie en nieuwsproduct

De technologische revolutie heeft ongekende mogelijkheden gecreëerd voor diversificatie van nieuwsproducten (nieuws op maat) en voor het betrekken van gebruikers bij het journalistieke proces (participatie). Door de optelsom van krant, nieuwssite en sociale media is het bereik van de berichtgeving vanaf het eind van de vorige eeuw sterk toegenomen. Afgemeten aan het bereik van lezers en gebruikers is het merk waaronder de informatie in de krant, op de site en op sociale media ressorteren, relevanter dan ooit. Tegelijkertijd doen zich ook in de nieuwsproductie en -presentatie ontwikkelingen voor die botsen met waarden en routines die redacties belijden en in praktijk brengen.

- Individuele autonomie: journalist versus redactie

De spanning tussen redactie en individuele professional, die een rol speelt in het eerste stadium van het nieuwsproces, treedt eveneens op bij de individualisering van de journalistieke productie (Bardoel, 1997: 40-41; Deuze, 2007; Buijs, 2011: 272-275). De fysieke aanwezigheid van verslaggevers op de redactie is dankzij de moderne communicatiemiddelen steeds minder nodig; de productie wordt individueler en daarmee wordt de individuele handelingsvrijheid groter (Deuze, 2007). Ook in ethische afwegingen zullen journalisten meer individueel hun weg moeten zien te vinden (Bardoel, 2000). Daarnaast speelt de opkomst van onlineplatforms en netwerkjournalistiek een rol (Bardoel & Deuze, 2001). De redactie verloor haar positie als gatekeeper en als belangrijkste transactiepoint voor productie van nieuwsberichten (Reich, 2010).

Internet heeft niet alleen het nieuws- en productieproces op redacties van een nieuwe dimensie voorzien, het gebruik ervan legt ook een spanning bloot tussen wat individuele journalisten nuttig en verantwoord vinden en hoe andere redactieleden er, in hun perceptie, mee omgaan. Onderzoek uit 2010 laat zien dat in Nederland veel journalisten ‘sceptisch positief’ staan tegenover de invloed die het gebruik van internet heeft op de kwaliteit van de journalistiek. Meer dan de helft van de journalisten vindt dat de journalistieke zorgvuldigheid afneemt door het gebruik van internet. Daarnaast vindt twee derde van de journalisten dat collega’s te gemakkelijk gebruik maken van informatie die op het internet te vinden is.

Journalisten zijn dus wel kritisch over de gevolgen die het gebruik van internet heeft voor de journalistiek. Toch ziet de meerderheid internet niet als een bedreiging voor de geloofwaardigheid van de journalistiek (Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011: 50-51).

- *Structurele autonomie: redactie versus de mediaorganisatie*

Naast de grotere individuele handelingsvrijheid in de nieuwsproductie staat een toename van taken die de mediaorganisatie aan redacties oplegt. Op dagblad-redacties in Nederland heeft de multimediale en crossmediale productie en presentatie van berichtgeving geleid tot uiteenlopende productiepraktijken en organisatievormen, waarbij sommige dagbladuitgevers krant en website door aparte redacties laten produceren, andere hebben gekozen voor volledig geïntegreerde productie, weer andere voor een mengvorm van beide (Buijs, 2011: hoofdstuk 5; Van Kerkhoven & Bakker, 2010; Van Kerkhoven, 2012; Tameling & Broersma, 2012).

Uit internationaal onderzoek blijkt dat de meeste journalisten het crossmediaal werken nuttig en onvermijdelijk vinden, en dat het volgens hen kan leiden tot betere journalistiek en een betere bediening van het publiek (Singer, 2004; Huang et al., 2004; Meier, 2011). Maar als belangrijkste bezwaar zien zij dat crossmediaal werken en multitasking worden ingezet om te bezuinigen, en om met eenzelfde aantal of zelfs minder redacteuren méér te produceren (Quinn, 2005; Tameling & Broersma, 2012).

Nog meer dan hun vakgenoten bij andere media zijn regionale journalisten multitaskers geworden (Hermans, Vergeer & Pleijter: 23). Dagbladjournalisten staan er ambivalent tegenover, onder meer omdat ze minder tijd overhouden voor eigen nieuwsgaring (Singer, 2004; Deuze, 2004b; Meier, 2011). Crossmediale productie en multitasking doen hen vrezen voor de kwaliteit van de journalistiek (Williams & Franklin, 2007; Meckel, 2009), en in de praktijk blijken zij nauwelijks bereid hun routines aan te passen (Singer, 2004; Deuze, 2004b; Huang et al., 2004; Paterson & Domingo, 2008, 2011; Meier, 2011; Tameling & Broersma, 2012, 2013).

Professionele en marktgerichte oriëntaties, *occupational vs. organizational professionalism*, strijden ook in de nieuwsproductie en nieuwspresentatie om de voorrang. Een strijd die is verhevigd door verzwakking van de toch al betrekkelijke autonomie van hoofdredacteuren en centralisatie van macht in de concernleiding van uitgeverijen.

‘De onderschikking van de hoofdredactionele functie aan het zakelijk belang van de onderneming is nergens sterker aan het licht getreden dan bij Wegener’ (Wijffes & De Jong, 2011: 31). Toen David Montgomery, tot 2011 topman van de Britse investeringsmaatschappij Mecom, in 2007 de overname van het Wegenerconcern aankondigde, verbreedde hij de rol van de journalist nog verder tot die van handelaar in informatie. ‘Ze moeten goed bedenken wat hun publiek wil.’¹² Mecom stuurt aan op een verkoopgerichte cultuur op redacties, zo meldde een gezamenlijke verklaring van de Deense, Duitse, Noorse en Nederlandse journalistenverenigingen.¹³

In een interview hekelde de toenmalige voorzitter van de Nederlandse Dagbladpers, Kees Spaan, de ‘bijna bijbelse’ opvatting over de roeping van de journalistiek: ‘Begrippen als onafhankelijkheid en vrijheid zijn tot in het absurde doorgevoerd.’ Dat komt, meent Spaan, doordat het lang goed ging in krantenland. Zo was het ook bij regionale dagbladredacties ‘een volstrekt taboe’ om op een marketingachtige manier te werken. Volgens hem zijn er journalisten nodig die ook in marketingtermen willen denken.¹⁴

Oud-hoofdredacteur en TMG-manager Brouwers meent dat ‘de verklaarbare, maar niet altijd zo gezonde, overheersing van redacties in vrijwel elk mediabedrijf ervoor heeft gezorgd dat onder het mom van bescherming van de journalistieke onafhankelijkheid niet erg hard werd gezocht naar een concernstrategie die verder ging dan verheerlijking van verworvenheden uit het verleden’ (Brouwers, 2013: 35). In zijn opvatting zijn redacties van traditionele media een sta-in-de-weg voor journalistieke innovatie.

- *Structurele autonomie: redactie versus de concurrentie*

Van oudsher is er spanning tussen de eigen berichtgeving en die van concurrerende nieuwsmedia. Bij belangrijk en spraakmakend nieuws is er redacties veel aan gelegen het nieuws als eerste te brengen (zie bijv. Randall, 2000: 23). Sinds het nieuws multimediaal en crossmediaal wordt geproduceerd en gepresenteerd, levert het streven zo actueel mogelijk te zijn, complicaties op. Actuele berichtgeving op de site wordt overgenomen op websites van andere nieuwsmedia, vaak zonder bronvermelding, en gaat ten koste van de relevantie van de krant als nieuwsmedium waarvoor toch al steeds minder mensen willen betalen. De actualiteit en relevantie van het ene nieuwsplatform rijdt de actualiteit en relevantie van het

¹² *De Volkskrant*, 18 mei 2007.

¹³ *Villamedia*, 22 november 2007.

¹⁴ ‘NDP-voorzitter Spaan: dagbladjournalistiek inert, doorsnee redacteur verdient te veel.’ *De Nieuwe Reporter*, 4 september 2006.

andere in de wielen. Redacties hanteren hiervoor verschillende uitwegen, zowel organisatorisch en commercieel als journalistiek-inhoudelijk (Van Kerkhoven & Bakker, 2010; Buijs, 2011: hoofdstuk 5).

Een andere complicatie is dat journalistiek met twee snelheden (Buijs: 125 e.v.) leidt tot verschillen in kwaliteitsmaatstaven per mediaplatform, terwijl deze platforms zich presenteren onder één naam die staat voor een keurmerk van journalistieke betrouwbaarheid. Bij regionale dagbladen wordt de kwalitatief ongelijksoortige berichtgeving bovendien geproduceerd door een en dezelfde redactie. In § 2.2 van dit hoofdstuk gebruikten we als voorbeeld de onderling strijdige waarden actualiteit/snelheid en betrouwbaarheid. Actueel nieuws op de site hoeft niet meteen gecheckt en daardoor betrouwbaar te zijn, het kan later altijd nog worden gecorrigeerd en aangevuld; betrouwbaarheid is wel de maatstaf die de redactie hanteert voor berichtgeving in de krant.

Regionale kranten mogen dan in het overgrote deel van Nederland geen concurrentie ondervinden van andere regionale dagbladen, de concurrentie van onlinemediën en lokale omroepen is sterk toegenomen. De nieuws waarde van regionale en lokale onderwerpen neemt af zodra een ander nieuwsmedium het als eerste brengt. Redacties zouden de publicatie van spraakmakend eigen nieuws kunnen ophouden tot het in de krant staat, maar dat verdraagt zich niet met de waarde actualiteit, die bij uitstek voor de website geldt.

De concurrentie met andere nieuwsmedia zet spanning op de structurele autonomie van de redactie doordat zij verschillende kwaliteitsmaatstaven niet gelijktijdig online en in print kan naleven en doordat de nieuws waarde van berichtgeving mede afhangt van wat concurrerende nieuwsmedia brengen.

2.3.3 Het redactieproces met betrekking tot de relatie redactie-lezers

We hebben gezien dat elk van de drie kwaliteitsmodellen wordt gekenmerkt door een eigen lezersoriëntatie. In het professiemodel richt de redactie zich tot de lezer die geïnformeerd moet worden over feiten, gebeurtenissen en ontwikkelingen die de redactie belangrijk vindt; in het marktmodel informeert de redactie de lezer over wat de lezer – de consument – volgens de redactie wil lezen; in het burgermodel selecteert de redactie informatie die bijdraagt aan een democratisch functionerende, vitale gemeenschap van betrokken burgers. De verschillende oriëntaties komen deels tot uiting in het redactionele proces van nieuwsselectie, nieuwsgaring en nieuwsproductie, deels in redactionele initiatieven en activiteiten die de banden met de lezer weer moeten aanhalen.

- *Lezersoriëntatie in redactioneel overleg, nieuwsselectie en nieuwsgaring*

In een enquête onder journalisten in Nederland in 2010 zeiden vier op de vijf journalisten het als een belangrijke taak te beschouwen burgers te engageren en in hun journalistieke werk discussies aan te zwengelen over onderwerpen die voor burgers relevant zijn (Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011: 29). Uitvoering van hun taak hoeft geen spanning op te leveren met gangbare waarden en routines zolang de redactie de regie in handen houdt. Immers, in het professiemodel bepaalt de redactie de relevantie van onderwerpen op basis van eigen deskundigheid en oordeel, in het marktmodel wordt de relevantie bepaald door wat de lezer volgens de redactie aanspreekt.

In het dagelijkse redactieproces wedijvert dit breed onderschreven belang met andere belangen die de taakopvatting van journalisten en redacties in het professie- en marktperspectief domineren, en waarin waarden en routines van de beroepsgroep respectievelijk van de nieuwsorganisatie worden weerspiegeld. Het redactioneel overleg en de selectie van nieuwsonderwerpen kan worden beheerst door wat in de opvatting van journalisten het nieuws van de dag is en wat niet gemist mag worden, door wat de lezer in de opvatting van journalisten zal schokken, plezieren en in elk geval zal interesseren, en bovenal door wat binnen de geplande tijd en ruimte moet worden geproduceerd. Het engageren van burgers en het aanzwengelen van discussies concurreert met prioriteiten die stevig geworteld zijn in professionele dan wel organisationele autonomie.

In Hermans' onderzoek gebruikten tv-journalisten de kijker vaak als legitimatie voor hun handelen, onder meer bij de onderwerpkeuze (als gebeurtenissen worden geselecteerd die relevant zijn voor het publiek), bij de verwerking van informatiemateriaal tot nieuwsitems (rekening houdend met het veronderstelde kennisniveau van de kijker) en bij de opbouw van de uitzending (de afwisseling van hard en luchtig nieuws) (Hermans, 2000: 177-178).

Maar doorgaans is de journalist meer gericht op de collega's die het belang van het onderwerp kunnen beoordelen (Brouwers, 1994: 107). Ook lokale journalisten vinden burgers van groot belang voor hun werk, maar de rol van burgers in het nieuws blijft tamelijk marginaal (Oosterbaan, 2003; Dimitrova & Strömbäck, 2009; De Keyser, 2012). Lokale journalisten beschouwen burgers doorgaans als tipgever. Daarnaast komen burgers aan het woord om het – institutionele – nieuws te verlevendigen. Maar journalisten vinden niet dat het publiek meer invloed zou moeten hebben op de inhoud van het nieuws. Het checken van de feiten, het interpreteren van de ontwikkelingen en het selecteren van wat belangrijk is moet

aan de professionele journalisten worden overgelaten (Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011: 56).

De manier waarop redacties hun nieuwsgaring hebben georganiseerd, is niet op burgers gericht. Gemeentelijke overheden daarentegen spelen als nieuwsbron een centrale rol, want, aldus een redacteur van een regionale krant, ‘alle beslissingen die mensen raken, worden daar genomen’ (Pleijter et al., 1997: 294-298). De plaatselijke overheid haalt de media altijd wel, de burger niet altijd (Van Gestel, 2006: 300).

Journalisten zien zichzelf vooral als intermediair tussen institutionele bronnen en burgers (Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011: 35).

Lokale en regionale journalistiek heeft een belangrijke taak in de plaatselijke en regionale politiek, aldus de Duitse journalist en publicist Fritz Wolf. Maar daarvoor is een wisseling van perspectief nodig:

‘Lokalredaktionen sind in den politischen Alltag eingebunden. Damit sind sie auch häufig in Gefahr, den regionalen und lokalen Autoritäten zu nahe zu stehen. Lokalzeitungen brauchen dringend einen Perspektivwechsel: auf Augenhöhe mit dem Leser und nicht auf Augenhöhe mit den lokalen Autoritäten. Das ist die einzige Garantie, auch das Interesse der Leser für Kommunalpolitik zu bewahren und zu gewinnen und damit den demokratischen Auftrag zu erfüllen’ (Wolf, 2010: 6).

Ten behoeve van de lezer dient de plaatselijke journalistiek eigen onderzoek te doen en te werk te gaan volgens een eigen agenda: ‘Eine gute Lokalzeitung darf sich weniger denn je die Themen vor die Nase setzen lassen’ (ibid., 2010: 6).

Redactieoverleg, nieuwsselectie en nieuwsgaring vanuit het burgerperspectief worden gekenmerkt door waarden en rolopvattingen die op gespannen voet kunnen staan met waarden zoals onpartijdigheid, betrouwbaarheid en relevantie, routines en rolopvattingen zoals die van afstandelijke waarnemer, uit de beide andere perspectieven, die in de regiojournalistieke praktijk de boventoon voeren. Zo bleek uit het onderzoek van Hermans, Vergeer en Pleijter dat journalisten sterk verdeeld zijn over de vraag of zij zich zien als belangenbehartiger van het publiek.

- *Lezersoriëntatie in nieuwsproductie en nieuwsproduct*

De relatie van de redactie tot de participatie van burgers in de nieuwsproductie levert eveneens een spanningsveld op met de praktijk. De inbreng van burgers kan bijdragen aan verslaggeving vanuit verschillende perspectieven, schreef Herbert Gans (1979) al ver vóór de komst van internet. Tegelijk constateerde hij dat

gewone mensen nauwelijks in het nieuws komen. In de *social hierarchy of credibility* (Becker, 1967) zetten autoriteiten en woordvoerders van instituties als nieuwsbronnen de toon in de berichtgeving. Die hebben macht en beïnvloeden het dagelijks leven van mensen op vele manieren (Hall et al., 1978; Fishman, 1980; Sigal, 1987; Ericson et al., 1989). Burgerbronnen spelen over het algemeen een ondergeschikte rol, ook in Nederlandse regionale media (Arts, 2012).

Participatie van burgers in de nieuwsproductie stuit op aarzelingen binnen redacties.

‘Journalists embraced interactivity as a crucial feature of their work, but in practice the professional culture and the priority given to immediacy – which fitted better the values and routines of traditional journalism – made them perceive audience participation as a problem to manage rather than a benefit for the news product’ (Domingo, 2008: 698).

Irene Costera Meijer (2007) beschouwt bijdragen van burgers als een potentiële zegen voor media. Het is aanvullend, en mensen willen hyperlokaal nieuws vertellen. Toch staat de inbreng van burgers laag in de journalistieke hiërarchie (Paulussen & Ugille, 2008; Dimitrova & Strömbäck, 2009). In de praktijk vinden redacties de inbreng van burgers vaak te inhoudsloos om een rol van betekenis te kunnen spelen in de berichtgeving (Ahva, 2010: 83; De Keyser, 2012: 263). Journalisten kijken vooral naar de directe bruikbaarheid van wat burgers aanleveren en besteden geen aandacht aan de betekenis voor gewone mensen (Wardle & Williams, 2010).

Amerikaans onderzoek naar de opvattingen van lokale krantenredacties laat verdeelde reacties zien. Een deel van de journalisten beschouwt burgers als extra ogen en oren die redacties kunnen helpen aan nieuws dat ze anders niet gehad zouden hebben. Vooral op kleinere redacties is het een goedkope manier om aan nieuws te komen. Zij zien bijdragen van burgers als een relevante uitbreiding van de traditionele journalistiek en als middel om de betrokkenheid van het publiek te vergroten.

Een ander deel van lokale journalisten ziet met lede ogen aan dat het publiek zich mengt in het journalistieke proces. Een ontwikkeling die volgens hen in strijd is met de uitgangspunten en waarden van professionele journalistiek (Domingo et al., 2009; Hermida & Thurman, 2009; Lewis, Kaufhold & Lasorsa, 2010; Pleijter, 2010b).

Onder journalisten in Nederland klinken sceptische geluiden (o.m. Van der Meulen, 2009: 31-42; Blokker, 2010). Ook al bieden sociale media en netwerk-

journalistiek nieuwe mogelijkheden voor samenwerking tussen journalist en publiek, zeker op dagbladredacties hechten journalisten sterk aan hun professionaliteit die borg moet staan voor betrouwbaarheid en onafhankelijkheid. Waarden die zij bedreigd zien worden wanneer burgers participeren in het productieproces (Pleijter, 2011).

Eerder bleek uit onderzoek op de NOS-journaalredactie dat journalisten een uitwisseling tussen producent en consument van nieuwsberichten nadrukkelijk afwijzen, omdat het niet aansluit bij de professionele wijze waarop zij hun werk willen uitvoeren (Hermans, 2000: 184).

- *Lezersoriëntatie in overige redactionele activiteiten*

Het praktijkonderzoek tot nu toe laat zien welke rol de relatie met de lezer speelt in het dagelijkse redactionele proces van nieuwsselectie, nieuwsgaring en nieuwsproductie, en welke factoren erop van invloed zijn. Daarnaast zien editieredacties het als hun taak het maatschappelijk debat te bevorderen over thema's die spelen in stad en regio, en hiervoor een podium te bieden. Er is tevens een marketingaspect aan verbonden: de krant presenteert zich als hét nieuwsmedium dat er voor de bevolking van stad en regio toe doet.

We kunnen verder denken aan redacteuren die op allerlei locaties in de regio spreekuur houden, redactiekeuzes en beleid uitleggen en tips verzamelen (het laatste als aanvulling op de conventionele nieuwsgaring).

Er zijn talrijke voorbeelden van initiatieven die verder gaan dan de redactionele kerntaak: de dagelijkse berichtgeving over stad en regio. Maar wanneer de redactionele bezetting toch al krap is, leveren deze vaak tijdrovende activiteiten wel spanning op: gaan ze niet ten koste van de redactionele kerntaak?

Een laatste potentieel spanningsveld is dat tussen redactie en marketing. Het moet zowel intern aan bij het publiek duidelijk zijn – transparantie – dat het redactionele aandeel in deze activiteiten primair een journalistiek-maatschappelijk doel dient, en niet primair een bijdrage is aan een marketingstrategie om het nieuwsmerk te versterken. Dat laatste kan de geloofwaardigheid van redactie en medium ondermijnen.

De spanningsvelden per redactionele kernactiviteit zijn gerubriceerd in schema 2.

Schema 2. Spanningsvelden per redactionele kernactiviteit

Overleg, selectie, nieuwsgaring	Nieuwsproductie & nieuwsproducten	Relatie redactie-lezers
Autonomie: individueel en/of redactioneel (ruimte voor eigen initiatief vs. routine)	Autonomie: individueel en/of redactioneel (grotere individuele handelingsvrijheid, individuele ethiek)	Lezersoriëntatie in redactioneel proces (meerstemmig, representatief, betrokken vs. autonoom, onpartijdig, relevant)
Redactieoverleg: ideeën en creativiteit, kritiek, tegenspraak vs. organisatiedoelen (efficiënt, productiegericht)	Structurele autonomie: Relatie redactie-belangen van de mediaorganisatie (kleinere redactionele handelingsvrijheid, multitasking, minder tijd voor nieuwsgaring)	Lezersoriëntatie in nieuwsproductie (participatie vs. professionele waarden en routines)
Structurele autonomie: relatie journalist/redactie met nieuwsbronnen (onpartijdig, actueel, betrouwbaar, meerstemmig, relevant)	Redactie vs. de concurrentie (nieuwswaarden, conflicterende kwaliteitsmaatstaven)	Lezersoriëntatie in nieuwsproduct (attractief, toegankelijk vs. nadruk op institutionele berichtgeving)
Eigen waarneming en eigen ideeën vs. informatie uit de tweede hand	Openheid tegenover lezer over informatiebronnen en totstandkoming berichtgeving (transparant, geloofwaardig, controleerbaar) vs. professionele routines (efficiënt, deskundig)	Smalle taakopvatting (nieuwsproductie, reacties plaatsen) vs. brede taakopvatting (extra redactieactiviteiten) (autonoom, geloofwaardig)
Occupational vs. organizational professionalism: relatie redactie-belangen van de mediaorganisatie (betrouwbaar, geloofwaardig, evenwichtig, transparant)		

In de volgende paragraaf zullen we de hier geschetste spanningsvelden die spelen op de terreinen van selectie en vergaring, productie en product en de relatie tussen redactie en publiek uitwerken tot de vraagstellingen die in dit onderzoek centraal staan.

2.4 Vraagstelling van het onderzoek

De Britse journalist David Randall onderscheidt twee soorten journalistiek: goede en slechte:

‘The bad is practiced by those who rush faster to judgement than they do to find out, indulge themselves rather than the reader, write between the lines rather than on them, write and think in the dead terms of the formula, stereotype and cliché, regard accuracy as a bonus and exaggeration as a tool and prefer vagueness to precision, comment to information and cynicism to ideals. The good is intelligent, entertaining, reliably informative, properly set in context, honest in intent and effect, expressed in fresh language and serves no cause but the discernible truth’ (Randall, 2000: VIII).

Het is een bondige formulering van professionele, ambachtelijke en morele kenmerken van de goede verslaggever, met als contrapunt de trekken van de gemakzuchtige, slechte verslaggever. Het onderhavige onderzoek kiest een ander object en een andere invalshoek. Het richt zich niet op goed dan wel slecht presterende individuele journalisten maar op de regiojournalistiek als gecoördineerde redactionele beroepsactiviteit. Dit onderzoek beoordeelt het werk op editieredacties ook niet in termen van goed of slecht, maar onderzoekt welke uiteenlopende kwaliteitskenmerken op redactieniveau worden nagestreefd en in hoeverre zij worden gerealiseerd.

Met journalistieke waarden, oriëntaties en routines kunnen we vele kanten op, zoals in dit hoofdstuk aan de orde is gekomen. In § 2.2 zijn drie professionele perspectieven geschetst met eigen invullingen van de kwaliteitskenmerken om journalistiek werk te evalueren. Elk perspectief wordt gekenmerkt door een eigen oriëntatie op het werk van redactie en journalist, met centrale waarden en kenmerkende journalistieke genres en doelstellingen, en opvattingen over waar de ankerpunten voor de kwaliteitsbewaking liggen. In het professiemodel liggen die in de maatstaven van de beroepsgroep der journalisten, in het marktmodel in het

commerciële succes van de krant, in het burgermodel in de rol binnen de gemeenschap.

Deze perspectieven zijn op te vatten als schetsmatige ideologische tegenstellingen die in hun zuivere vorm wellicht op geen enkel nieuwsmidium toepasbaar zijn, maar zij geven achtergrond om vertogen over het alledaagse journalistieke werk waarin journalistieke of redactionele keuzes moeten worden verantwoord, te analyseren. Een regionale krant is immers een professioneel product, en tegelijk ook een commercieel product en speelt een rol in de betreffende samenleving. Dat in de alledaagse praktijk doelen en relevanties van deze invalshoeken een rol spelen ligt dus voor de hand.

In § 2.3 van dit hoofdstuk zijn de spanningsvelden die hierdoor ontstaan uiteengezet. In schema 2 zijn de belangrijkste spanningsvelden per redactionele kernactiviteit weergegeven in termen van kwaliteitskenmerken die met de perspectieven samenhangen.

Schema 2 maakt duidelijk dat men met journalistieke waarden, oriëntaties en routines vele kanten op kan. Zo speelt autonomie bij elke kernactiviteit een rol, maar betekent zij steeds iets anders, al naar gelang er sprake is van individuele dan wel structurele autonomie. Elke kernactiviteit heeft zijn eigen spanningsvelden, en daarom kan men verwachten dat de ideologische perspectieven op verschillende manieren bij het dagelijks werk van de journalist naar voren kunnen komen. Dat roept de vraag op hoe editieredacties er in de praktijk mee omgaan. De doelstelling van het onderzoek is om dit uitgebreid in kaart te brengen door het redactieproces op de voet te volgen.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

Voldoet de regiojournalistiek als collectieve redactionele activiteit aan haar eigen kwaliteitsmaatstaven?

Voor de beantwoording van de hoofdvraag is in het onderzoek een onderscheid gemaakt in drie kernactiviteiten van editieredacties: het proces van nieuwsselectie en nieuwsgaring, de nieuwsproductie en de nieuwsproducten, en de relatie tussen redactie en lezers. In elk van de kernactiviteiten is voor een belangrijk deel sprake van gelijklopende waarden en perspectieven, maar hun betekenis en toepassing hoeven niet op elk deelterrein dezelfde te zijn. Daarnaast zijn er handelingspatronen en werkroutines die structuur geven aan de dagelijkse activiteiten.

De theoretische invalshoeken die aan de orde gekomen zijn in dit hoofdstuk, leiden tot een aantal deelvragen met betrekking tot de drie kernactiviteiten de selectie en

vergaring van nieuws, de productie en het nieuwsproduct en de relatie tussen redactie en publiek.

- *Hoe is het redactionele overleg over de kernactiviteit vormgegeven?*
- *Welke structuren (algemene handelingspatronen en werkroutines) zijn verbonden met de kernactiviteit?*
- *Welke kwaliteitskenmerken (waarden, oriëntaties, opvattingen etc.) worden gehanteerd met betrekking tot deze kernactiviteit?*
- *Welke perspectief op kwaliteit is hier dominant?*
- *Welke spanningsvelden domineren het redactieproces met betrekking tot de kernactiviteit?*

In het volgende hoofdstuk wordt uiteengezet hoe het onderzoek is opgezet en uitgevoerd.

3 Opzet en uitvoering van het onderzoek

In de vorige hoofdstukken is de probleemstelling van het onderzoek uitgewerkt. Doel van dit onderzoek is te achterhalen hoe het staat met de kwaliteit van de regiojournalistiek. Dit doen we door de dagelijkse gang van zaken op editieredacties en de editieberichtgeving in de krant en online op de voet te volgen. Achtereenvolgens wordt in dit hoofdstuk uiteengezet wat de onderzoeksopzet is, hoe de selectie van editieredacties tot stand is gekomen, welke soorten informatie zijn verzameld, welke procedures hierbij zijn gevolgd en welke procedures en technieken zijn gebruikt bij de analyse en de controle van gegevens. Het hoofdstuk besluit met een beschrijving van de cases in het onderzoek.

3.1 De onderzoeksopzet

Onderzoek naar de kwaliteit van nieuwsmedia is veelal gebaseerd op hun journalistieke inhoud (zie o.m. Van Hoof (2000), Rennen (2000) en de onderzoeken van de Nederlandse Nieuwsmonitor). McQuail (1992) noemt inhoudsanalyse de belangrijkste methode van het onderzoek naar mediakwaliteit. Maar wanneer uitspraken over kwaliteit alleen gebaseerd zijn op kenmerken van de berichtgeving, ‘negeren we het journalistieke handwerk dat eraan vooraf is gegaan’ (Deuze, 2004a: 182). Inhoudsanalyse geeft weinig zicht op het productieproces waarop die berichtgeving is gebaseerd (zie ook Van Hout, 2010).

In het vorige hoofdstuk is uiteengezet dat de kwaliteit van het journalistieke proces staat of valt bij de kwaliteit van dagelijkse journalistieke afwegingen en beslissingen en de kritische (zelf)reflectie daarop. Evaluatie van de nieuwsinhoud krijgt pas betekenis als we begrijpen welke stappen bij de totstandkoming gezet zijn. Daarbij komen vragen aan de orde als: hoe beoordelen journalisten de relevantie van onderwerpen voor hun publiek, wat wordt gedaan of nagelaten in het aan bod laten komen van verschillende perspectieven, van welke bronnen maken journalisten gebruik, en hoe zit hun relatie met deze bronnen in elkaar?

Journalistieke kwaliteitsvraagstukken zijn in deze context van betekenis op redactieniveau; dit gaan we onderzoeken door op de voet te volgen hoe redacties hun werk doen en hoe zij proberen de kwaliteit op peil te houden. Er is dan ook gekozen voor participerend onderzoek op editieredacties om de dagelijkse gang van zaken vast te leggen.

In het vorige hoofdstuk is aan de orde gesteld dat het brede begrip kwaliteit van de regiojournalistiek hier wordt toegespitst op drie deelterreinen: de kwaliteit van de informatievergaring, de kwaliteit van het product en de kwaliteit zoals die tot uitdrukking komt in de relatie van de redactie met het publiek. Omdat er voor het onderzoek van deze terreinen weinig uitgewerkte instrumenten beschikbaar zijn uit eerder onderzoek, is gekozen voor een exploratieve opzet waarbij enkele cases met elkaar worden vergeleken, het zogenoemde case studie-design (vgl. Yin, 2003).

De case-studie wordt niet gekenmerkt door een speciale techniek, maar veeleer door de doelstelling: het bestuderen van één geval of enkele gevallen in hun natuurlijke omgeving (Peters, 2006: 616). Belangrijk bij het case studie-onderzoek is het uitgangspunt dat elke case een eigen sociale eenheid is, met een eigen specifiek krachtenveld. Het eenheidskarakter wordt in de analyse bewaard door per case de analyse te herhalen. Vergelijking van de cases is erop gericht de specifieke omstandigheden en condities in algemene termen vertalen.

Recht doen aan het dynamische karakter van de dagelijkse gang van zaken is essentieel bij het uitvoeren van de case-studie (Hijmans & Wester, 2009: 177). Dit kan de onderzoeker bereiken door deel te nemen aan het lopende proces en door de gezichtspunten van de relevante betrokkenen bij dit proces te reconstrueren. Voor het case-studieonderzoek gebruiken we dan ook zoveel mogelijk relevante bronnen en waarnemingsmethoden die op elkaar worden betrokken: documentanalyse, inhoudsanalyse, observatie op de redactie, korte ad hoc-gesprekken, langere interviews, e-mail (voor het navragen en checken van informatie) en vragenlijst. In elke case staat de vraag centraal of het werk op de drie onderscheiden deelterreinen van de regiojournalistiek (informatievergaring, productuitwerking en relatie redactie-lezers) voldoet aan de eigen maatstaven. Door een vergelijking van verschillende redacties over langere tijd komen overeenkomsten en verschillen naar voren waarmee wij een beeld krijgen van meer algemene, gedeelde kenmerken van het redactiewerk (Yin, 2003). Daarom presenteren we editieredacties als cases, ook al is het ons uiteindelijk te doen om inzicht in het redactieproces.

In de volgende paragrafen zal worden toegelicht hoe de concrete uitwerking van deze onderzoeksopzet met betrekking tot de selectie van vergelijkingsgevallen en de procedures voor waarneming en analyse is vormgegeven.

3.2 Selectie van editieredacties

In dit onderzoek staat het alledaagse redactieproces centraal, maar de centrale eenheid die we daarbij onderzoeken is de editieredactie, die in onderlinge samenwerking een specifieke editie van een regionale krant produceert. In deze omschrijving is *specifieke editie* relevant, omdat zij verwijst naar een concrete context (stad, dorp of streek) waarvoor de krant wordt geproduceerd, maar ook naar de specifieke relaties die de redactie van deze editie met die bepaalde context heeft.

In hoofdstuk 2 is uiteengezet dat het redactieproces in stappen verloopt, waarbij keuzes en afwegingen op redactieniveau worden aangestuurd en uitgevoerd volgens herkenbare routines en patronen. Verder hebben we vastgesteld dat het redactieproces te maken heeft met een aantal spanningsvelden, waardoor een ingewikkeld samenspel van redactionele keuzes en contextfactoren ontstaat. En hoewel we het onderzoek nodig hebben om beter zicht te krijgen op dit samenspel, verwachten we dat verschillen in de condities waaronder gewerkt moet worden, zoals redactiesterke of productie-eisen, van invloed zijn op het redactieproces. In de selectie van editieredacties zullen we rekening houden met deze verschillen. Anderzijds houden we het aantal editieredacties beperkt, omdat we niet het gevaar willen lopen te verdrinken in gegevens (Baxter & Jack, 2008: 554).

Editieredacties van regionale dagbladen hebben een aantal kenmerken gemeen: een taak (berichtgeving over en ten behoeve van een specifieke stad en regio), een informatienetwerk (lokale en regionale bronnen en contacten) en een relatief zelfstandig opererende werkeenheid (de plaatselijke redactie). Omdat ze in deze opzichten onderling vergelijkbaar zijn, zouden we voor het onderzoek editieredacties van regionale kranten in bijvoorbeeld Groningen, de Randstad en Noord-Brabant kunnen selecteren. Maar omdat we eventuele verschillen overzichtelijk willen houden, selecteren we liever cases uit één uitgeefconcern. Zouden we cases nemen uit verschillende concerns, dan lopen we het risico dat onderlinge verschillen mede worden veroorzaakt door verschillen op concern-niveau; verschillen waarop we moeilijk zicht zouden hebben.

De ervaring, opgedaan in de praktijk van de regiojournalistiek, leert dat het journalistieke proces op een grote editieredactie in sommige opzichten verschilt van dat op een middelgrote of kleine editieredactie. Een grote editieredactie heeft

over het algemeen een duidelijker taakafbakening, portefeuillevdeling en specialisatie, en heeft meer faciliteiten dan een kleinere redactie. De organisatie van werkzaamheden kan ook verschillen al naar gelang de omvang en samenstelling van de editieproductie.

Daarnaast kunnen het karakter van de verschijningsgebieden van regionale dagbladen en de *roots* van hun redacteuren worden weerspiegeld in kleine of grotere verschillen in journalistieke habitus en cultuur, die op hun beurt kunnen doorwerken in het journalistieke proces. Editieredacties pretenderen immers hun lezers en de aard van de bevolking van stad en regio goed te kennen en er terdege rekening mee te houden.

Drie editieredacties

Zoals gezegd is in het onderzoek gekozen voor een vergelijkend onderzoek op meerdere redacties. Omdat het onderzoek een exploratief karakter heeft is per case een relatief uitgebreide participatieperiode noodzakelijk. Daardoor moet het aantal cases dat in het onderzoek kan worden betrokken, relatief gering blijven om het onderzoeksproces niet erg langdurig te maken.

Gekozen is voor een case-studie op drie verschillende editieredacties: het Brabants Dagblad in Tilburg, het Brabants Dagblad in Oss en De Gelderlander in Arnhem. Het zijn eigenstandige redacties: ze delen geen ruimte met hun algemene redactie.

- Tilburg is een grote redactie die zowel stadsverslaggevers telt als verslaggevers voor de voormalige subedities rond Tilburg, die sinds 2010 met de editie Tilburg-stad zijn samengevoegd. De redactie produceert één gecombineerde editie, met een duidelijke onderverdeling in pagina's groot-Tilburg, Tilburg stad en de regiogemeenten. De verslaggevers van de regiogemeenten leveren ook bijdragen aan de pagina's groot-Tilburg.
- Oss is een middelgrote redactie in een middelgrote stad met een uitgestrekt overwegend agrarisch achterland. De redactie produceerde ten tijde van het onderzoek één editie voor Oss en omgeving.
- De Gelderlander-redactie in Arnhem bestaat voor het grootste deel uit redacteuren die de berichtgeving verzorgen voor de gemeenschappelijke pagina's van de Arnhemse edities en de pagina's voor de editie Arnhemstad. Een kleiner deel van de redactie verzorgt de berichtgeving voor de edities Renkum en Veluwezoom-Oost, en levert daarnaast aan de gemeenschappelijke Arnhemse editiepagina's bijdragen uit Renkum en Veluwezoom-Oost die ook voor de Arnhemse lezers relevant worden

gevonden. De werkzaamheden zijn georganiseerd binnen een geïntegreerd newsroommodel.

Het Brabants Dagblad en De Gelderlander maken deel uit van Wegener, de grootste uitgever van regionale dagbladen in Nederland. Hun productieprocessen lijken sterk op elkaar doordat Wegener de hoofdlijnen van beleid van de werkmatschappijen, technische faciliteiten en andere redactionele randvoorwaarden centraal aanstuurt, onder meer met het oog op de productie en de uitwisselbaarheid van artikelen tussen de aangesloten dagbladen. Vanuit deze concerncontext werken de editieredacties dus in vergelijkbare omstandigheden.

De hoofdredactie van het Brabants Dagblad stelde in 2008 nieuwe richtlijnen voor het redactioneel beleid op. Deze werden redactiebreed besproken en becommentarieerd, waarna de zogenoemde Contourenschets Plus werd vastgesteld (Hoofdredactie Brabants Dagblad, 2009). Voor de redactie van De Gelderlander gelden richtlijnen voor de editieberichtgeving die hoofdredactie en redactiechefs vaststelden in de zogeheten Verklaring van Doorwerth (2009) en richtlijnen voor de onlineberichtgeving (Hoofdredactie De Gelderlander, 2008; 2010).

De redacties van alle Wegenerdagbladen worden sinds 2011 geacht te produceren volgens het principe *digital first*: al het nieuws dient eerst online te verschijnen, en daarna in print. De richtlijn digital first en de richtlijnen voor redactioneel beleid die de hoofdredacties zelf hebben vastgesteld, bieden aanknopingspunten om beleid en praktijk te vergelijken.

In het case-studieontwerp staat het eenheidskarakter van de case centraal. Daarmee wordt bedoeld dat de sociale processen wellicht volgens algemene patronen verlopen die men hoopt te reconstrueren, maar dat die processen binnen elke case volgens specifieke kenmerken en condities verlopen. De reconstructie van de processen maakt het dan ook noodzakelijk dat waarnemingen en gegevens in de context van de case-specifieke omstandigheden worden geplaatst.

In § 3.5 van dit hoofdstuk zullen de redacties die in dit onderzoek centraal staan, uitgebreid worden voorgesteld in hun sociale context.

3.3 Soorten informatie en procedures voor de gegevensverzameling

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden hebben we vele soorten informatie nodig. Informatie over:

- de dagelijkse gang van zaken op de editieredacties, persberichten, tips en ander informatiemateriaal dat op de redactie binnenkomt, en het redactie-overleg, zowel intern als met andere deelredacties;

- de journalistieke inhoud van de editiepagina's en de websitepagina van de betreffende editie, en de reacties van lezers en sitebezoekers;
- het gebruik van sociale media en andere vormen van interactiviteit door redacteurs;
- de totstandkoming van artikelen van redacteurs (aanleiding, bronnen, hun wijze van omgang met bronnen, hun werkwijze in het nieuwsproces in het algemeen);
- opvattingen van redacteurs over kwaliteitseisen en de mate waarin de editieberichtgeving hieraan wel of niet voldoet, en welke factoren hierin naar hun mening een rol spelen;
- hoofdredactionele beleids- en werkdocumenten met inhoudelijke en organisatorische richtlijnen voor de editieberichtgeving, modereren en gebruik van sociale media.

We verzamelen per informatiesoort zoveel gegevens tot we vaststellen dat verdere informatie inhoudelijk weinig tot niets meer toevoegt aan wat we al hebben verzameld.

Voor de beschrijving van de cases is informatie nodig over:

- redactionele organisatie, personele samenstelling, functies, opleiding en ervaring van de redactieleden, medewerkers en fotobudgetten, het delen van redacteurs en het uitwisselen van producties met andere editie-redacties;
- editiegebieden, oplagecijfers en lezersprofielen;
- Wegener/Mecom, Brabants Dagblad en De Gelderlander en hun historie;
- karakteristieken van de steden, regio's en hun bevolking waar de geselecteerde edities verschijnen.

Participatie op de redacties

De positie van de participerende onderzoeker is van invloed op de soort en de kwaliteit van de waarnemingen (Otto, 2006: 472). Soms is en blijft hij of zij de 'professional stranger' (Agar, in Ybema et al., 2009: 347), soms is hij al vertrouwd met de groep en de omgeving die hij als participant observeert.

'Such 'bicultural' observers provide access, trust, absorption, and interpretation that, some scholars argue, may more closely mirror those within the social setting than data collected by someone who is more of an outsider' (Di Domenico & Phillips, 2009: 653). Spradley (1980: 60) typeert de methode waarbij de onderzoeker observerend en vragen stellend het evenwicht bewaart tussen de rollen van

insider en outsider, als ‘moderate participation’. In de praktijk plaatst dit de onderzoeker voor een dilemma (Hong & Duff, 2002: 191): hij moet de afstand tot de groep die hij bestudeert, niet te klein laten worden maar ook niet te groot. In het eerste geval wordt de onderzoeker te veel insider/participant, in het tweede geval blijft hij te veel outsider/observator.

Doorgaans is de onderzoeker in zijn dubbelrol van observator en participant niet bekend met de redactie en de journalistieke praktijk die zijn of haar onderzoeks-object is. Dat heeft als voordeel dat de onderzoeker onbevangen en onbevooroordeeld staat tegenover de redactie en de dagelijkse praktijk. Een nadeel is dat de onderzoeker tijd nodig heeft om de praktijk te leren kennen en om hoofdzaken van bijzaken te leren scheiden. Een mogelijk nadeel is ook dat groepsleden zich anders gaan gedragen en minder openhartig zijn in het bijzijn van een ‘vreemde’ onderzoeker (Di Domenico & Phillips, *ibid.*).

In dit geval is dat anders. Aangezien ik bijna veertig jaar in verschillende functies als journalist bij regionale dagbladen heb gewerkt, ben ik vertrouwd met redactionele procedures en routines. Ik ken bovendien de Wegener-organisatie. Het voordeel is dat de observaties gerichter konden verlopen. Een mogelijk nadeel is dat facetten van het journalistieke proces mij zo bekend voor komen dat ik ze als vanzelfsprekend ervaar en daardoor minder ‘zie’ dan ik als onbevangen onderzoeker moet zien. Er staat tegenover dat de praktijk van multi- en crossmediale productie op editieredacties die werken volgens een geïntegreerd newsroommodel, voor mij grotendeels nieuw is. Als journalist heb ik er geen praktijkervaring mee opgedaan. Ook nu niet; mijn participatie bleef grotendeels beperkt tot aanwezigheid op de redactie met mijn vragen als onderzoeker over het journalistieke werk. Journalistieke bijdragen heb ik niet geleverd.

Ik moest bovendien rekening houden met de omstandigheid dat redactieleden in Arnhem mij soms jarenlang hebben meegemaakt als hun collega, en mij nog steeds zagen als ‘een van ons’. Hetzelfde kon vice versa gelden voor mij als onderzoeker. Op de redacties van het Brabants Dagblad was dit minder waarschijnlijk, maar ook niet geheel uit te sluiten, aangezien ik destijds deel uitmaakte van redactionele overlegcircuits binnen de VNU-dagbladgroep (waartoe ook het Brabants Dagblad behoorde), Wegener en de NVJ. In dit overleg ontmoette ik regelmatig redacteuren van de Brabantse zusterkranten. Mijn professionele verleden in deze journalistieke wereld heeft de toegang tot de redacties en de omgang met de redactieleden vergemakkelijkt.

Een hulpmiddel om mijn eigen houding als onderzoeker te controleren was het bijhouden van notities waarin ik waarnemingen en ervaringen vastlegde die op het

eerste gezicht buiten de onderzoeksopzet vielen. Het gebeurde nogal eens dat de auteur van een bericht waarover ik meer wilde weten, mij vroeg wat ik in zijn of haar geval zou hebben gedaan. Soms vroeg een redacteur mij ook advies, zoals in een kwestie van anonieme brieven, die in hoofdstuk 4 aan de orde komt. Naast een logboek gebruikte ik een memobestand zodat het onderzoeksproces ook voor anderen inzichtelijk en controleerbaar zou kunnen zijn.

Fasering van het onderzoek

In september 2010 sprak ik op het hoofdkantoor van Brabants Dagblad (BD) in Den Bosch over mijn onderzoeksplan met hoofdredacteur Besseling. Aanvankelijk stond mij bij het BD een onderzoek van ongeveer zes weken op een editieredactie voor ogen, met een voorkeur voor Tilburg, de grootste en meest multimediaal werkende editieredactie van het BD. We kwamen tot de conclusie dat ik meer informatie uit het onderzoek kon halen wanneer ik twee BD-redacties zou kiezen die verschillen in redactiesterkte en in karakter van het verzorgingsgebied. We verwachtten bovendien dat voor elk van de redacties een periode van drie weken voor het observeren en het verzamelen van gegevens zou volstaan. Zo niet, dan kon de onderzoeksperiode verlengd worden.

Het werden de redacties Oss en Tilburg. Omdat de redactie Tilburg in het najaar van 2010 de handen vol had aan de Wegener-pilot Formule T – een nieuw geïntegreerd tekst- en redactiesysteem en een crossmediale werkwijze – zou ik het onderzoek beginnen in Oss. Ik kon dan tevens de berichtgeving volgen in de aanloop naar de tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen. Dankzij een digitaal abonnement begon ik de BD-edities alvast dagelijks te lezen.

Het onderzoek op de redactie van Oss duurde van eind oktober 2010 tot eind november 2010. De redactie werkte op nagenoeg volle sterkte, maar had de handen meer dan vol aan extra journalistieke activiteiten die boven op de gebruikelijke agenda-activiteiten kwamen. Na de observatieweken in Oss heb ik gekeken of de vragen en observaties de gegevens hadden opgeleverd waarom het mij te doen was. Het leidde ertoe dat ik in het voorjaar van 2011 op de BD-redactie Tilburg meer aandacht besteedde aan de multimediale en crossmediale productie. Mede dankzij een grotere redactiebezetting was de productie in Tilburg omvangrijker en kreeg de actualiteit van de website hoge prioriteit. De inhoudsanalyse van de multi- en crossmediale productie vergde daardoor meer tijd. Er stond tegenover dat de exploratiefase al grotendeels in Oss was voltooid. Voor het overige was mijn werkwijze in Tilburg gelijk aan die in Oss. De gegevens in Oss en Tilburg gaven geen aanleiding de observatieperioden van drie weken te verlengen.

De vergelijkende analyse van resultaten in Tilburg en Oss vatte ik samen in enkele voorlopige conclusies, die ik op bijeenkomsten in Tilburg en Oss voorlegde aan beide redacties. De terugkoppeling als controle op de voorlopige uitkomsten – de zogeheten *member check*: zie ook onder § 3.4 – leidde tot reacties die mijn feitelijke constatering bevestigden. Maar een deel van de redacties gaf een andere interpretatie aan de bevindingen uit het onderzoek en verwees daarbij naar routines waardoor het proces van nieuwsselectie, *agenda setting* – wie bepalen de nieuwsonderwerpen van de dag – en nieuwsgaring nu eenmaal niet transparant is voor de lezer. Redacteuren bleken overigens ook onderling van mening te verschillen over onder meer het functioneren van de redactie.

De tussentijdse evaluatie en vergelijking van de twee Brabantse cases namen meer tijd in beslag dan gehoopt. Daarnaast vond Gelderlander-hoofdredacteur Pijnappels het najaar van 2011 en de eerste maanden van 2012 minder geschikt als observatieperiode op de Arnhemse redactie vanwege een ingrijpende reorganisatie. Als gevolg hiervan begon ik de observaties in Arnhem pas in mei 2012.

In april 2012 sprak ik de Gelderlander-hoofdredacteur en chef van de redactie Arnhem Bruinsma. Als voorwaarde stelden zij dat de redactieleden in de publicatie van het onderzoek zouden worden geanonimiseerd, opdat zij zich in mijn aanwezigheid – de onderzoeker ‘als een vlieg aan de muur’, zoals Bruinsma het kenschetste¹⁵ – vrij zouden kunnen blijven uiten. Ik was dat toch al van plan, ook wat de Brabantse redacties betreft, al was anonimisering daar vooraf niet bedongen.

De observatieweken in Arnhem van 7 tot en met 25 mei lagen tussen de meivakantie van de scholen (en daardoor een krappe redactionele bezetting) en de verhuizing van de redactie naar een ander kantoorpand. Niet ideaal, maar een verschuiving van de observaties naar de betreffende nieuwsluwe junimaand zou evenmin ideaal geweest zijn.

Omdat de observaties en gesprekken in Tilburg en Oss aanwijzingen hadden opgeleverd voor een sturend en proactief persberichtenbeleid van voorlichtingsinstanties, en tevens voor een symbiotische haatliefde-relatie tussen regio-journalistiek en voorlichting, bracht ik op de redactie Arnhem de rol en de gang van persberichten meer systematisch in kaart. Dit gebeurde door gedurende een aantal dagen alle binnenkomende persberichten van voorlichters, pr-bureaus en andere informanten te inventariseren en na te gaan wat de redactie ermee deed, en

¹⁵ Deze typering kwam niet overeen met de rol van de participerende waarnemer. Zie het begin van deze paragraaf.

door tegelijkertijd de omgekeerde weg te volgen: aan de hand van berichten en artikelen in de krant de eventuele relatie van nieuwsproductie en persbericht te reconstrueren. Gecombineerd met de werkwijzen bij de nieuwsselectie en nieuwsgaring zoals ik die ook in Tilburg en Oss gevolgd had, gaf de persberichten-exercitie in Arnhem inzicht in factoren die van invloed zijn op het redactieproces.

Een ander aspect dat in Arnhem meer aandacht kreeg dan op de BD-redacties, was de heterogene samenstelling van de Gelderlander-redactie in Arnhem, van wie een aanzienlijk deel tot begin deze eeuw deel uitmaakte van de redactie van de Arnhemse Courant. In korte en langere gesprekken is nagegaan in hoeverre het cultuurverschil tussen De Gelderlander en de vroegere Arnhemse Courant nog merkbaar en voor de dagelijkse journalistieke praktijk relevant is.

Na de analyse van resultaten in Arnhem vergeleek ik die met de resultaten van de edities van het Brabants Dagblad. Net als eerder in Tilburg en Oss vatte ik de vergelijkende resultaten samen in enkele conclusies, waarover ik vervolgens van gedachten wisselde op een redactiebijeenkomst in Arnhem. Ook hier bleek de redactie de feitelijke constatering wel te onderschrijven maar er deels andere interpretaties en verklaringen voor te geven dan ik had gedaan. De discussie bevestigde de rol van routines in de dagelijkse nieuwsgaring en nieuwsproductie.

Redactionele organisatie en taakverdeling op editieredacties

Voorafgaand aan de beschrijving hoe en wat ik op de editieredacties heb geobserveerd, schets ik in grote lijnen de redactie-organisatie van de Wegenerdagbladen, functies en taken van deelredacties en redacteuren en het verloop van het werkoverleg tussen onderdelen van de redactie verloopt.

De dagbladredacties zijn onderverdeeld in een centrale redactie en een aantal editieredacties. De centrale redactie verzorgt het algemene deel van de krant (binnenland, buitenland, economie, cultuur, opinie, sport), de editieredacties verzorgen de berichtgeving en opiniëring uit hun editiegebied. Dagelijks overleggen centrale redactie en de chefs van de editieredacties wat de edities aan het algemene deel van de krant kunnen bijdragen (dat kan nieuws zijn, een reportage of een opinieartikel) en wat de centrale redactie aan edities kan leveren (bijvoorbeeld een algemeen onderwerp dat per editie kan worden uitgewerkt). Editieredacties maken daarnaast onderling afspraken over regionale onderwerpen die de grenzen van hun edities overschrijden. In de praktijk zijn editieredacties tot op grote hoogte autonoom in de keuzes en uitwerking van hun berichtgeving.

Binnen de editieredactie is een deel van de redacteuren (vooral) belast met verslaggeving, een deel (vooral) met de verwerking ervan tot nieuwsproducten in

print en online. In de multimediaal en crossmediaal opererende *newsrooms* zijn deze taken minder afgebakend dan in het mono-dagbladtijdperk. Op kleinere editieredacties verrichten redacteuren vaker zowel verslaggevers- als verwerkings-taken. Binnen de verslaggeverij is er een verdeling per sector (politiek, economie, wonen, cultuur etc.), in grootstedelijke edities tevens per stadsdeel en in de buitenedities tevens per gemeente of dorp. Grote editieredacties tellen meer specialisten dan kleinere. Verslaggevers moeten te allen tijde taken van elkaar kunnen overnemen.

Voor het aandraagen van nieuwsonderwerpen en voor de verslaggeving maakt de editieredactie verder gebruik van correspondenten en medewerkers. Zij maken formeel geen deel uit van de redactie, nemen evenmin deel aan het dagelijkse ochtendoverleg, maar leveren soms substantiële bijdragen, vooral aan editieredacties met een krappe bezetting. Regelmatig krijgen editieredacties versterking van stagiairs van de journalistenopleidingen. Ook zij produceren mee, nemen deel aan het ochtendoverleg maar zijn per definitie aankomende verslaggevers die in de editiepraktijk werkervaring opdoen. De Wegenerdagbladen hebben geen fotografen en camerajournalisten (zogenoemde camjo's) meer in vaste dienst. Editieredacties maken gebruik van fotopersbureaus en freelancers. Voor videoproducties op hun websites werken ze regelmatig samen met lokale of regionale omroepen.

De dagelijkse leiding van de editieredactie berust bij de chef, die als regel de taken verdeelt en de belangrijkste beslissingen neemt. Op kleinere editieredacties produceert de chef regelmatig mee voor de dagkrant. Voor het aansturen, stroomlijnen en controleren van de dagelijkse productie en van eventuele deelredacties binnen de editieredactie zorgen een of meer teamleiders of coördinatoren. Zij vormen samen met vormgevers, eindredacteuren en online-redacteuren de editionele eindredactie, maar ook zij produceren tevens voor de editiepagina's.

De hoofdredactie is eindverantwoordelijk voor de gehele krant, ook al is zij in de praktijk hooguit zijdelings betrokken bij het dagelijkse nieuwsproces. De hoofdredactie beslist over functie en standplaats van redacteuren en bepaalt het redactie-beleid binnen de kaders van het redactiestatuut en eisen van de concernleiding.

Observatie op de redactie

Een observatieweek bestond uit drie of vier observatiedagen met als belangrijkste instrumenten ogen, oren en een logboek. Maandag en vrijdag bleken minder geschikte dagen om tijdens het observeren vragen te stellen en gesprekken te voeren. Op maandag is de bezetting krappere dan op andere dagen, en op vrijdag

moet er niet alleen voor de zaterdagkrant maar ook deels voor de maandagkrant worden geproduceerd.

Elke observatiedag begon met het bijwonen van het ochtendoverleg, waarin de redactie de krant van de ochtend doorneemt en de onderwerpen voor de krant van de volgende dag(en) en voor online bespreekt en in de planning opneemt (zie *bijlage 1*).

Gelet op de onderzoeksvragen aan het slot van § 4 van het vorige hoofdstuk levert het ochtendoverleg informatie op over:

- de mate waarin de redactie (zelf)kritisch de productie van de vorige dag evalueert en er eventueel aanleiding in ziet voor vervolgberichtgeving;
- de ruimte voor eigen ideeën, eigen initiatief en creativiteit;
- de rol die de leiding van het overleg hierin speelt;
- de totstandkoming van de nieuwsselectie, de nieuwsbronnen die hierbij worden genoemd;
- de mate waarin eigen waarneming dan wel informatie in de vorm van persberichten, rapporten en e-mails worden genoemd als aanleiding voor nieuwsonderwerpen;
- de ruimte die de redactie krijgt of neemt voor vragen en discussie over voorgenomen nieuwsonderwerpen en bronnen;
- het gewicht van routines – efficiency, non-interventie – in de agendering en bronselectie van nieuwsonderwerpen;
- de rol die de productieplanning en mogelijk andere factoren spelen in de eerste selectie en prioriteitstelling van nieuwsonderwerpen tijdens het ochtendoverleg.

Omdat mij uit de opsomming van onderwerpen tijdens het overleg niet altijd duidelijk werd op basis waarvan redacteuren nieuwsonderwerpen agendeerden, moest ik dit bij hen na afloop natrekken om zicht te krijgen op het eigen initiatief dan wel het routinegehalte van hun afwegingen.

Voor het verzamelen van deze informatie hield ik tijdens het ochtendoverleg bij welke redacteuren het overleg bijwoonden en wie het overleg leidde. Ik noteerde de opmerkingen die werden gemaakt bij het doornemen van de krant, de onderwerpen voor de krant van de volgende dag, de namen van de redacteuren die ze aankaartten en wat er verder over werd gezegd, zoals vragen, kritische opmerkingen, suggesties voor bronnen, voor de aanpak van een onderwerp en voor een mogelijk vervolg van een nieuwsonderwerp. Ik hield de onderwerpen bij die werden genoemd als items voor de website. Ook maakte ik notities bij

aangekondigde onderwerpen waarvan de strekking mij onduidelijk was en bij onderwerpen waarop een toelichting, vragen en discussie uitbleven, hoewel ik die wel verwachtte, gelet op de aard van het onderwerp.

Na het reguliere ochtendoverleg volgde ik het informele overleg en discussies op de redactie gedurende de rest van de dag. Schijnbaar terloopse opmerkingen en telefoongesprekken van redacteuren gaven een inkijkje in hun afwegingen en routines. Ik woonde redactieoverleg bij over langer lopende onderwerpen (in Tilburg en Arnhem) en over bijzondere redactionele activiteiten als de organisatie van een groot verkiezingsdebat aan de vooravond van gemeenteraadsverkiezingen (Oss). En ik was in Oss bij een evaluatiebijeenkomst met vertegenwoordigers van redactieraad en redactiecommissie over ervaringen van de editieredacteuren met de nieuwe werkwijze en redactieorganisatie.

Verder volgde ik de voortgang op de eindredactie van de productie online en voor de pagina's van de krant van de volgende dag(en). Ik hield bij welke onderwerpen werden gepland voor de website en welke voor de krant, en of er sprake was van het produceren van dezelfde informatie in print en online (multimediaal) dan wel van inhoudelijk verschillende producties op platforms die naar elkaar verwijzen (crossmediaal).

De eindredactie en verslaggevers van wie het e-mailadres bij artikelen stond vermeld, gaven inzicht in de dagelijkse hoeveelheid e-mails, van wie ze afkomstig waren en wat ermee gebeurde.

Via de website en de mobiele telefoons van enkele verslaggevers volgde ik steekproefgewijs het Twitterverkeer om na te gaan hoe zij Twitter gebruikten en welk netwerk zij ermee bereikten. Op andere sociale media zoals Facebook was een enkeling actief in het kader van de nieuwsgaring en productie.

De observaties en andere informatie legde ik vast in een logboek. Vragen en aandachtspunten die bij mij opkwamen tijdens het ochtendoverleg, bij het doornemen van de editiepagina's en bij de verslaglegging van gesprekken, nam ik als memo's op. Een voorbeeld van observaties en memo's in het logboek staat in *bijlage 2*.¹⁶

Het verzamelen van gegevens gebeurde ook via documentanalyse, inhoudsanalyse van berichtgeving, korte gesprekken en langere interviews met redacteuren, e-mail

¹⁶ In het logboek staan de namen en functies van de redactieleden. Zoals eerder in deze paragraaf gemeld zijn de redactieleden in dit onderzoek geanonimiseerd. Redacteuren in Tilburg zijn aangeduid met een T gevolgd door een getal, redacteuren in Oss met een O plus getal, in Arnhem met een A plus getal.

aan redacteuren die ik niet op de redactie kon spreken en een vragenlijst – eveneens per e-mail – na afloop van de observatieweken.

Documentanalyse

Na het gesprek met de BD-hoofdredacteur en later met de hoofdredacteur van De Gelderlander en diens chef van de redactie Arnhem kreeg ik rapporten met bedrijfsinformatie en hoofdredactionele beleidsstukken. De rapporten gaven informatie over oplagecijfers en dekking, en lezerssamenstelling naar leeftijds- en welstandsklasse. Bij het Brabants Dagblad maakte ik ook gebruik van de nadere uitwerking en standpuntbepaling van de zogeheten ‘Contourenschets Plus’ (Hoofdredactie Brabants Dagblad, 2009), waarin de hoofdredactie de hoofdlijnen voor de te volgen redactiekoers uitstippelde. De hoofdlijnen bevatten algemene informatie over de te volgen redactionele werkwijze inzake keuzes van nieuws-onderwerpen en de wijze van nieuwsgaring en nieuwsproductie. Deze informatie vergeleek ik met de werkwijze die ik tijdens de observaties in Tilburg en Oss waarnam, en met de antwoorden die redacteuren gaven op mijn vragen naar wat zij feitelijk deden in hun werk en wat zij in hun werk wenselijk vonden. Deze hadden betrekking op redactionele kernactiviteiten in het nieuwsproces, de nieuwsproductie en de relatie met de lezer.

Bij De Gelderlander raadpleegde ik vier beleidsdocumenten. Het meest journalistiek-inhoudelijke is de ‘Verklaring van Doorwerth’, opgesteld door hoofdredactie en redactiechefs (2009). Drie documenten gebruikte ik voornamelijk als context voor de multimediale en crossmediale nieuwsproductie op de Gelderlander-redactie Arnhem: ‘Newsroom of the future’ (2008), waarin de hoofdredactie de organisatie en consequenties voor de multimediale werkwijze van de redactie uiteenzet, ‘Operatie MediaMorfose’ (2010), waarin de hoofdredactie het pad naar *digital first* uitzet, en het ‘Protocol print en online’ (2010), waarin richtlijnen staan over hoe te handelen bij berichtgeving in print en/of online.

Tezamen met online-informatie over de krantengeschiedenis en marketinggegevens kon ik de documentanalyse grotendeels uitvoeren vóór het begin van de observatieperiode. Tijdens de observaties bij het Brabants Dagblad kreeg ik nog twee hoofdredactionele notities: ‘Verantwoord modereren’ en ‘Twitter door BD-redacteuren’ (beide 2011). Deze interne documenten gebruikte ik als context voor de gegevens uit observaties, gesprekken en vragenlijst, die betrekking hadden op zowel nieuwsproces en nieuwsproductie als de relatie met de lezer. Redacteuren van het Brabants Dagblad bezorgden mij aanvullende literatuur over de recente geschiedenis van Tilburg en zijn bevolking, en gearchiveerde artikelen over de

recente dagbladgeschiedenis in Tilburg en Oss. Deze documentgegevens zijn gebruikt voor de casusbeschrijvingen in § 3.5 van dit hoofdstuk.

Inhoudsanalyse

Dagelijks screende ik de editieberichtgeving op papier of via de digitale editie op het gebruik en de transparantie van nieuwsbronnen. Brongebruik en brontransparantie leveren indicaties op voor het belang dat de redactie hecht aan de betrouwbaarheid, veelzijdigheid en controleerbaarheid van de berichtgeving, en voor de opvattingen die op de redactie leven over wat relevante bronnen zijn; opvattingen die hun neerslag vinden in routines met betrekking tot de selectie van bronnen. De mate van brontransparantie weerspiegelt ook een visie van de redactie op wat de lezer volgens haar wel of niet moet weten en moet kunnen controleren.

Ik maakte notities van berichten waarvan de herkomst mij niet duidelijk was, en van berichten die mij nieuwsgierig maakten hoe de verslaggever eraan was gekomen. In de loop van de dag of een van de volgende dagen deed ik hier navraag naar bij de betrokken verslaggever.

Op de redactie Oss begon ik met een kwalitatieve inhoudsanalyse: in de formulering van Pleijter (2006: 16) een methode ‘die gericht is op het produceren van descriptieve gegevens voor interpretatieve data-analyse’. De eerste keuze betrof het aantal te analyseren pagina’s. De krant van maandag telde drie editiepagina’s, die van dinsdag tot en met zaterdag acht, waarvan de eerste vijf hoofdzakelijk nieuws, achtergronden en nieuwsrubrieken bevatten die door de redactie Oss waren geproduceerd. De overige drie pagina’s waren meer servicegericht en bevatten relatief veel berichtgeving uit naburige edities. Ik beperkte de analyse tot drie pagina’s op maandag en vijf op dinsdag tot en met zaterdag.

Ik typeerde de soorten bronnen en de mate waarin ze werden gebruikt. Aanvankelijk verdeelde ik ze in institutionele (overheden, officiële instanties, organisaties, instellingen, bedrijfsleven en hun woordvoerders) en niet-institutionele bronnen. Dit had als resultaat dat het overgrote deel van de bronnen in de categorie institutioneel viel. Verder bleek het gemiddelde aantal berichten met bronvermelding sterk omlaag te worden getrokken door korte berichten zoals politieberichten, aankondigingen en verenigingsnieuws, waarin meestal geen bron staat vermeld. Voor brongebruik en brontransparantie zijn vooral de langere artikelen relevant.

Daarop verfijnde ik de categorieën. De institutionele bronnen werden onderverdeeld in autoriteitsbronnen (overheden, justitie, politie, brandweer, adviesinstanties ten behoeve van overheden) en middenveldbronnen (bedrijfsleven,

maatschappelijke organisaties en instellingen). Gemeenteraadsleden zijn gerekend tot de autoriteitsbronnen. Over die keuze kan men twisten, omdat raadsleden door en uit de bevolking zijn gekozen en namens de bevolking spreken. Voor de hier gekozen indeling is doorslaggevend dat de gemeenteraad een overleg- én gezagsorgaan is dat besluiten neemt die voor alle inwoners gelden.

Verder telde ik de berichten en artikelen die slechts één bron meldden of waarvan het duidelijk was dat ze uit één bron kwamen, zoals politieberichten. Ook hier was de categorie langere artikelen het interessantst: hoe hoger het aandeel artikelen met slechts één bron, hoe waarschijnlijker dat de redactie routineus te werk is gegaan en weinig werk maakt van pluriforme berichtgeving. Althans, dat veronderstellen we.

Hoewel de categorie niet-institutionele bronnen relatief klein was, besloot ik ook die onder te verdelen. Gewone burgers kunnen immers in vele hoedanigheden in het nieuws figureren, en de wijze van representatie van de gewone man of vrouw in de editieberichtgeving kan licht werpen op de relatie tussen redactie en (lezers)publiek. Er is onderscheid gemaakt tussen bronnen die bestuurslid of woordvoerder zijn van een vrijwilligersorganisatie, bronnen die deelnemen aan activiteiten van vrijwilligersorganisaties, en overige niet-institutionele bronnen (voorbijgangers, toeschouwers, belangstellenden). De achterliggende gedachte is dat de mate van maatschappelijke activiteit van invloed kan zijn op redactionele routines met betrekking tot de nieuwswaardigheid en relevantie van niet-institutionele bronnen. In deze routines maakt de voorzitter van een plaatselijke vrijwilligersorganisatie een grotere kans als bron te worden opgevoerd dan een willekeurige dorps- of wijkbewoner. De voorzitter is al bijna een institutionele bron. Een vierde categorie binnen de niet-institutionele bronnen vormen plaatsgenoten die als slachtoffer of als verdachte in het nieuws komen.

Het meetinstrument voor categorieën artikelen, berichten en bronnen is beschreven en met een voorbeeld geïllustreerd in *bijlage 3*.

Alle bronnen van buiten de redactie die in de berichtgeving kunnen worden opgevoerd als personen – in naam, functie of hoedanigheid – gaf ik de verzamelnaam veldbronnen. Daarnaast onderscheidde ik twee andere categorieën bronnen: meldbronnen en journalistieke bronnen. Tot de meldbronnen rekende ik adviesrapporten, jaarverslagen, ambtelijke stukken, vonnissen, petities en andere schriftelijke documenten. Ook andere nieuwsmedia zijn meldbronnen. De achterliggende gedachte bij het onderscheid tussen veld- en meldbronnen was dat een relatief hoog aandeel meldbronnen kan wijzen op passiviteit in de verslaggeving: de verslaggever maakt een samenvatting van een rapport en

raadpleegt verder geen personen als veldbronnen. Nadat ik in Tilburg en Oss had geconstateerd dat de werkwijze op editieredacties gewoonlijk complexer is (zie hoofdstuk 4), verloren de meldbronnen als aparte categorie aan betekenis en besloot ik de meldbronnen overeenkomstig hun herkomst alsnog toe te voegen aan de corresponderende categorieën veldbronnen.

Journalistieke bronnen noemde ik alle redacteuren en medewerkers wier naam of deelredactie staat vermeld boven een artikel of bericht. De vermelding van journalistieke bronnen draagt bij aan de transparantie van berichtgeving, versterkt de geloofwaardigheid wanneer de betrokken verslaggever bij de lezers een goede reputatie heeft, en vergemakkelijkt het de lezer rechtstreeks contact op te nemen met de auteur. Op de editiepagina's van het Brabants Dagblad staat vaak niet alleen de verslaggeversnaam boven het artikel maar ook zijn/haar redactionele e-mailadres.

Door de bronnen naar hun aard en herkomst te verdelen over verschillende broncategorieën en ze te kwantificeren ging dit deel van de kwalitatieve inhoudsanalyse als exploratieve werkwijze over in een kwantitatieve werkwijze (zie Pleijter, 2006: 11-16). Doel ervan was na te gaan hoe deze bronnen zich tot elkaar verhouden en het brongebruik op de drie onderzochte editieredacties met elkaar te vergelijken.

Een onderdeel van de inhoudsanalyse dat kwalitatief was en bleef, was een globaal weekoverzicht dat ik in het logboek bijhield van onderwerpen en journalistieke initiatieven die ik op de editiepagina's en de website was tegengekomen en die de relatie met de regio en de bevolking konden illustreren (voor een uitgewerkt voorbeeld zie *bijlage 4*). Reacties van lezers behoorden er eveneens toe.

Ten slotte deelde ik de editie-items in in drie categorieën: langere artikelen, korte berichten en nieuwsrubrieken. Als scheidslijn tussen langere artikelen en korte berichten hanteerde ik een lengte van 30 krantenregels; dit zijn ongeveer 125 woorden. Deze scheidslijn leverde een bruikbare afbakening op tussen berichten met een louter mededelend karakter en berichten en artikelen waarvan ik aannam dat er meer redactionele productie aan te pas is gekomen. Deze aanname bleek vaak, maar niet altijd, te kloppen, zo wezen de gesprekken op editieredacties uit. Tot de nieuwsrubrieken rekende ik alle rubrieken met een actueel verslaggevend karakter, zoals stadskronieken en rubrieken waarin plaatsgenoten worden uitgelicht.

Het instrument voor de inhoudsanalyse levert aanwijzingen op voor het relatieve belang dat de redactie in de nieuwsselectie en nieuwsgaring hecht aan respectievelijk autoriteitsbronnen, bronnen uit het maatschappelijk middenveld en publieks-

bronnen. Het geeft inzicht in het gewicht van nieuwswaarden in de editieberichtgeving en helpt de vraag te beantwoorden welke maatstaven en praktijken in de editieberichtgeving de boventoon voeren: relevantie en routines of representatie en veelzijdigheid.

Verder laat inhoudsanalyse zien in welke hoedanigheden en gradaties van maatschappelijke activiteit gewone mensen als bron in de editieberichtgeving fungeren. De belangrijkste indicator hiervoor is het brongebruik in de categorie langere artikelen, waarvan we veronderstellen dat het geheel of gedeeltelijk eigen redactionele producties zijn.

Op de redactie Tilburg verliep de inhoudsanalyse zoals in Oss. De gecombineerde editie Tilburg en de voormalige subedities rond Tilburg telt op maandag 4 pagina's en op dinsdag tot en met zaterdag 13 pagina's. In de maandagkrant zijn de vier editiepagina's geanalyseerd, de rest van de week de drie zogenoemde Tilburg Plus-pagina's, twee pagina's Tilburgs stadsnieuws en één pagina met het belangrijkste nieuws uit de omliggende gemeenten. De overige streekpagina's en de pagina's met een servicekarakter zijn niet meegenomen.

In de derde casus, de redactie Arnhem van De Gelderlander, volgde ik dezelfde procedure als in Brabant. Het aantal pagina's waarvan de inhoud is geanalyseerd, is hoger dan bij het BD, omdat in de edities van maandag tot en met zaterdag niet alleen de drie groot-Arnhemse editiepagina's en de twee pagina's met Arnhems stadsnieuws zijn meegenomen, maar ook de dagelijkse twee pagina's van de edities Renkum e.o. en Veluwezoom-Oost. Dit laatste is gedaan om een vergelijking te kunnen maken van nieuwsselectie en brongebruik in een stadseditie en die in een meer landelijke omgeving.

Grond voor deze vergelijking was de veronderstelling dat de journalistieke context van een stad respectievelijk een verzameling dorpen een stempel drukt op redactionele keuzes en daarmee op de aard van het editienieuws. Naast inhoudsanalyse zijn gesprekken met redacteuren en opmerkingen uit de vragenlijst gebruikt om een beeld te krijgen van dit veronderstelde verschil.

Gesprekken tijdens het werk

Van de belangrijkste editieartikelen van de dag en van de onderwerpen die in het ochtendoverleg waren aangekondigd, vroeg ik de betrokken verslaggevers naar de herkomst van het onderwerp en hun keuze van de bron(nen). In het bijzonder was ik benieuwd naar de mate waarin persberichten van institutionele bronnen als agendazetters en nieuwsbronnen fungeren in het editienieuws.

In combinatie met de inhoudsanalyse gaven deze gesprekken inzicht hoe de redactie aan nieuwsonderwerpen komt, wie deze onderwerpen aandragen, welke rol netwerken van vertrouwde informanten en bronnen spelen in de selectie van nieuwsonderwerpen en bronnen, in welke mate redacteuren op eigen initiatief onderwerpen aanpakken en in welke mate sprake is van routineuze nieuwsselectie en nieuwsgaring, met name wanneer persberichten aanleiding zijn voor het agenderen en produceren van editienieuws. Daarnaast kon uit de gesprekken naar voren komen dat verslaggevers meer bronnen raadplegen dan de bron(nen) die zij in hun berichtgeving vermelden.

Aanvankelijk leidden mijn vragen tot korte gesprekken, maar naarmate de observatieweken vorderden, gaven redacteuren op eigen initiatief steeds meer achtergrondinformatie over de onderwerpen en hun contacten met nieuwsbronnen. De korte gesprekken werden langer, en na verloop van tijd kreeg ik ook onder meer te horen waarom zij onderwerpen *niet* hadden aangepakt, of op een andere manier dan hun bronnen/informanten voor ogen stond. Ook deze informatie nam ik op in het logboek.

Een redacteur in Oss schetste uitvoerig de politieke deining die in een dorp was teweeggebracht door anonieme brieven die ook naar de redactie waren verzonden. In het onderzoek naar de herkomst van de brieven kwam de redacteur in een lastig parket (zie hoofdstuk 4). Ook dit noteerde ik in het logboek.

Omdat verslaggevers niet altijd bereikbaar zijn en ook niet altijd tijd hebben om vragen te beantwoorden, hield ik in het logboek tevens een lijst bij met onderwerpen uit de krant waarvan ik de totstandkoming nog wilde nagaan of die om een andere reden vragen bij mij opriepen.

Interviews

Aan de hand van een semi-gestructureerde topiclijst – zie *bijlage 5* – voerde ik interviews van een half uur tot ruim een uur met de redactiechef, de meest ervaren redacteuren en enkele jongere redacteuren. In Tilburg waren het zeven interviews, in Oss vijf, in Arnhem zes. De interviews zijn niet met audio-apparatuur opgenomen, ik schreef de antwoorden mee.

Soms moest ik een interview over meer dagen verdelen omdat de geïnterviewde geen tijd had voor een langer interview. Ik vroeg naar hun journalistieke loopbaan, hun huidige werk, hun perceptie van veranderingen in regiojournalistiek, de eigen mediaorganisatie, de professionele toeleveranciers van informatie (voorlichters, pr-bureaus) en hun contacten met institutionele bronnen en de lezers. De onderwerpen van de topiclijst hadden betrekking op alle redactionele kernactiviteiten. Aan het

eind van elke observatieperiode rubriceerde ik de antwoorden per kernactiviteit. De informatie gebruikte ik als aanvulling op en als context voor de informatie uit de observaties, inhoudsanalyse en korte gesprekken. Regelmatig leverden de interviews ervaringen en voorvallen op die illustratief waren voor de in hoofdstuk 2 geschetste spanningsvelden. De loopbaangegevens gebruikte ik om te zien of de professionele ervaring van de editieredacties onderling verschilde, en of de opvattingen en percepties van redacteurs met een lange staat van dienst verschilden van die van jongere redacteurs. Dit bleek moeilijk vast te stellen. De editieredacties telden veel minder jonge dan ervaren redacteurs, met als gevolg dat ik maar weinig jongere redacteurs sprak. Zij bleken in opvattingen en percepties niet of nauwelijks te verschillen van hun ervaren collega's. Daarom is de mate van journalistieke ervaring in het onderzoek niet verder gebruikt.

In interviews met de editiechefs nam ik tevens vragen op over redactiesterkte, medewerkers, organisatie, budget e.d. Deze informatie is gebruikt in de beschrijving van de editieredacties.

Vragenlijst

Direct na afloop van de observatieperiode legde ik de redacteurs per e-mail drie vragen voor:

- Wat verwachten de lezers van de editie van hun krant?
- Aan welke journalistieke maatstaven behoort de editieberichtgeving te voldoen?
- Voldoen krant en website aan de verwachtingen en maatstaven? Bij het antwoord is gevraagd in welke opzichten krant en/of website (niet) voldoen.

In Tilburg ging de vragenlijst naar vrijwel alle redacteurs van Tilburg-stad en de omgeving-edities (enkel waren langdurig ziek of met vakantie), in Oss naar acht redacteurs (een redacteur ontbrak wegens zwangerschapsverlof), in Arnhem naar alle redacteurs van de edities Arnhem-stad, Renkum en Veluwezoom-Oost. De vragenlijsten zijn verzonden naar 19 redacteurs in Tilburg; 12 lijsten met antwoorden (63 %) werden teruggemaid. Van de 8 redacteurs in Oss die de vragenlijst toegezonden kregen, vulden 7 (87 %) die in. 21 redacteurs in Arnhem stuurde ik de vragenlijst; antwoorden kwamen van 13 redacteurs (62 %). Over de drie editieredacties tezamen leverden de 48 vragenlijsten een respons op van 32

(67 %). Om de respons in Tilburg en Arnhem boven 50 % te krijgen, heb ik wel tot tweemaal toe herinneringsmails gestuurd.

Een enkele vragenlijst was ingevuld met de antwoorden ja en nee, maar een aanzienlijk aantal ging als antwoord op de vraag in welke opzichten krant en/of website niet voldoen, uitvoerig en kritisch in op de inhoud van de editie-berichtgeving, de crossmediale productie, de werkdruk en/of het functioneren van de redactie.

De antwoorden zijn deels gebruikt ter aanvulling van de gegevens uit de interviews en korte gesprekken, deels als vergelijking met de gegevens uit de observaties en inhoudsanalyse, en met de uitgangspunten voor het redactionele beleid, verwoord in hoofdredactionele documenten. Gegevens met betrekking tot het nieuwsselectie- en nieuwsgaringsproces zijn verwerkt in hoofdstuk 4, gegevens met betrekking tot nieuwsproductie en -presentatie in hoofdstuk 5.

3.4 Analyseprocedures en controletechnieken

In de analyse van de waarnemingen ben ik stapsgewijs te werk gegaan. Vertrekpunt vormden de inhoud en kenmerken van de berichtgeving. De uitkomsten daarvan zijn gecontroleerd op geldigheid door middel van observatie van het redactieproces, korte gesprekken met redacteuren tijdens het werk en langere interviews.

Tussentijdse bevindingen uit het redactionele nieuws- en productieproces en voorlopige conclusies die ik eruit trok, zijn zowel tijdens de individuele gesprekken als in de collectieve nabesprekingen voorgelegd aan redacteuren, om te zien of zij het redactieproces zoals zij het kennen, konden herkennen: de in de vorige paragraaf al gemelde *member check* (Peters, 2006: 635). Ten slotte zijn de resultaten vergeleken met hoofdredactionele richtlijnen, de meer algemene oriëntaties en opvattingen van redacteuren die de vragenlijst invulden, en de opmerkingen van redacteuren bij de nabespreking van de voorlopige onderzoeksresultaten.

Deze drietraps-analyse mondde uit in een typering van redactionele kernactiviteiten in termen van kwaliteitskenmerken en in een evaluatie van de impact van spanningsvelden waarin de redactie haar kernactiviteiten ontplooit.

Na afronding van een case ging ik bij de volgende case op dezelfde wijze te werk, waardoor de analyse een opbouwend karakter draagt. Tevens kon ik de uitkomsten van deelprocessen in de case-studies met elkaar vergelijken.

Nieuwsselectie en nieuwsgaring

De analyse van het proces van nieuwsselectie en nieuwsgaring begon met het analyseren van de berichtgeving in print en online. Naast een globale typering van de dagelijkse mix van editieele nieuwsonderwerpen en genres omvat de inhoudsanalyse het karakteriseren, rubriceren en kwantificeren van categorieën artikelen, berichten en nieuwsrubrieken en van categorieën bronnen in de berichtgeving. Dit levert indicaties op van wat de redactie relevant nieuws en betrouwbare bronnen vindt, in welke mate de berichtgeving nieuwsbrengend dan wel nieuwsvolgend is, en welke mix van berichtgeving volgens de selectie van de redactie aansluit bij de veronderstelde belangstelling, behoeften en verwachtingen van haar lezers.

De uitkomsten van de inhoudsanalyse zijn gecontroleerd via observatie en gesprekken met redacteuren. Via observatie zijn tijdens en na het ochtendoverleg de geplande nieuwsonderwerpen van de dag en de herkomst – agenda-onderwerpen, e-mail aan de redactie, eigen netwerk en eigen waarnemingen van redacteuren, suggesties van correspondenten en medewerkers – in kaart gebracht. Als de aard van onderwerpen en de herkomst niet duidelijk waren, is in korte gesprekken navraag gedaan bij redacteuren. De gesprekken leverden regelmatig aanvullende informatie op over langer lopende nieuwsonderwerpen, hun ervaringen met nieuwsbronnen en hun werkwijze.

In gesprekken tijdens het werk met de auteurs van de langere artikelen is nagegaan of het aantal bronnen dat zij in hun berichtgeving meldden, overeenkwam met het aantal bronnen dat zij raadpleegden. Zowel in de korte gesprekken als in de langere interviews is verder gevraagd naar hun werkwijze met betrekking tot persgesprekken en *media events*, hun gebruik van persberichten van voorlichtingsafdelingen en pr-afdelingen, en hun perceptie van de relatie journalistiek-institutionele bronnen. Deze informatie is gebruikt als context van het feitelijk brongebruik op editie-redacties.

Inhoudsanalyse van editiepagina's en artikelen is verder gebruikt om te zien of er opvallende afwijkingen waren ten opzichte van de planning van de vorige dag. Als dit het geval was, informeerde ik naar de gang van zaken. Deze informatie gaf een beeld van nieuwsontwikkelingen en andere factoren die de aanvankelijke nieuwsselectie in de loop van de dag en avond veranderen.

Als laatste stap vergeleek ik de feitelijke nieuwsselectie en nieuwsgaring op de redacties met de opmerkingen uit de vragenlijst over wat er volgens redacteuren in de nieuwsselectie zou moeten verbeteren, met de opmerkingen van redacteuren tijdens de nabesprekingen waarbij de voorlopige resultaten werden teruggekoppeld

naar de redacties, en met de corresponderende richtlijnen van hoofdredacties in de eerder vermelde plannen en notities.

Ter controle en ter aanvulling op de bevindingen ten aanzien van de nieuwsgaring is verder gebruik gemaakt van observatieonderzoek en interviews door studenten van de masteropleiding Journalistiek en Media aan de Radboud Universiteit. Zij deden tussen 2010 en 2012 onder begeleiding van dr. Liesbeth Hermans en mij op de BD-redactie Tilburg en de Gelderlander-redactie Arnhem onder meer onderzoek naar de opvattingen en praktijken van redacteuren met betrekking tot internet en sociale media als nieuwsbron en naar patronen van bronselectie in de dagelijkse nieuwsgaring.

De analyse van de via verschillende waarnemingen verkregen en onderling gecontroleerde uitkomsten maakt uitspraken met een voldoende mate van geldigheid mogelijk over het redactionele overleg, de routines aan de hand waarvan de editieredactie nieuwsonderwerpen en bronnen selecteert, de dilemma's en spanningsvelden waarvoor zij in het dagelijkse nieuwsproces oplossingen zoekt, de waarden, oriëntaties en opvattingen die de redactie hanteert in het overleg-, selectie- en nieuwsgaringsproces, en het perspectief op kwaliteit dat dominant is in het nieuwsproces.

Nieuwsproductie, -presentatie en kwaliteitscontrole

Analyse van de berichtgeving in print en online kan een patroon opleveren in de keuzes die de redactie maakt voor het ene dan wel het andere platform. Deze informatie is getoetst in korte gesprekken met redacteuren en langere interviews. Observatie van het ochtendoverleg maakte duidelijk in hoeverre de productie van editienieuws van meet af aan multimediaal of crossmediaal wordt opgezet, en liet verder zien in hoeverre de eisen verbonden aan de dagelijkse paginaproductie dan wel de eisen van een actueel te houden nieuwssite van meet af aan leidend zijn voor de nieuwsproductie. De informatie die het ochtendoverleg hieromtrent opleverde, is gecontroleerd in korte gesprekken met de eindredacteur en de onlineredacteur. Informatie over de wijze van kwaliteitscontrole en de reflectie van de redactie op de eigen productie is verzameld via observatie van het ochtendoverleg en gecontroleerd korte gesprekken met redacteuren.

Ten slotte is de multimediale en crossmediale productiepraktijk vergeleken met opmerkingen die redacteuren over nieuwsproductie, krant en website maakten in de vragenlijst en bij de terugkoppeling van voorlopige bevindingen tijdens de nabesprekingen, met de hoofdredactionele richtlijnen en met de uitkomsten van

observatieonderzoek door RU-masterstudenten Journalistiek en Media naar de multimediale en crossmediale nieuwsproductie op de redacties Tilburg en Arnhem. Het langs verschillende wegen verzamelen, controleren en vergelijken van waarnemingen levert in de analyse geldige uitspraken op over het redactionele overleg met betrekking tot multi- en crossmediale planning en productie, de routines die hierbij worden gehanteerd, de dilemma's en spanningsvelden die zich in het productieproces voordoen, de waarden, oriëntaties en opvattingen die samenhangen met keuzes in de nieuwsproductie en -presentatie, en het perspectief op kwaliteit dat de nieuwsproductie en -presentatie domineert.

Redactie en lezers

Tijdens het ochtendoverleg en in de loop van de dag zijn in het logboek alle via observatie opmerkingen genoteerd die op enigerlei manier verwezen naar de lezer, zoals 'bij dit verhaal haken de lezers af' en 'op de site trekt dit onderwerp de meeste bezoekers'. In de inhoudsanalyse is gekeken naar de frequentie waarmee en de hoedanigheid waarin burgerbronnen in het nieuws zijn opgevoerd. Daarnaast zijn binnengekomen en in print en/of op de site geplaatste reacties van lezers bijgehouden, evenals oproepen in de krant, op de site en via sociale media om lezers als tipgever, bron en *vox populi* voor nieuwsonderwerpen te laten figureren. Ook zijn activiteiten beschreven waarmee editieredacties naar buiten treden en een podium bieden voor discussies over lokale en regionale onderwerpen.

Ter controle van de geldigheid van deze waarnemingen is in korte gesprekken met redacteuren nagegaan of gewone stad- en streekgenoten op meer en andere manieren een rol hebben gespeeld bij de redactionele keuze en uitwerking van nieuwsonderwerpen. De uitkomsten zijn vergeleken met uitspraken van redacteuren over de relatie tot de lezers en de lezersinbreng in de langere interviews, de vragenlijst en de nabespreking van voorlopige onderzoeksresultaten, met hoofdredactionele richtlijnen en met de uitkomsten van interviews op de redactie Arnhem naar de rol van publieksoverwegingen in het journalistieke proces, in 2011 gehouden door masterstudenten Journalistiek en Media als onderdeel van hun praktijkonderzoek.

3.5 Beschrijving van de editieredacties Tilburg, Oss en Arnhem

In de volgende subparagrafen worden de drie ankerplaatsen van het onderzoek beschreven: de editieredacties Tilburg en Oss van het Brabants Dagblad en de gezamenlijke editieredacties Arnhem, Renkum en Veluwezoom-Oost van De Gelderlander.

Regionale dagbladen zijn nauw verweven met hun verspreidingsgebied. Hun ambitie is door een pr-manager van het Brabants Dagblad omschreven als verslaggeving tot in de haarvaten van de lokale en regionale samenleving.¹⁷ Daarom is het relevant een beeld te geven van de ontwikkeling van de gemeenten waar de krant verschijnt, en een karakterschets te maken van hun bevolking. Wie en hoe zijn de mensen voor wie de plaatselijke krant wordt geproduceerd? Hieraan zijn in dit hoofdstuk drie tekstblokken gewijd: van elke editie één.

In twee andere tekstblokken wordt in grote lijnen een schets gegeven van de geschiedenis van het Brabants Dagblad en de kranten in Tilburg en Oss, en de geschiedenis van De Gelderlander en de Arnhemse Courant. Vervolgens wordt aandacht besteed aan de huidige organisatie van de betrokken dagbladen, het verzorgingsgebied, het concernverband waarin de uitgeverijen opereren en de redactionele samenwerkingsvormen. Hetzelfde gebeurt voor de betrokken edities en redacties.

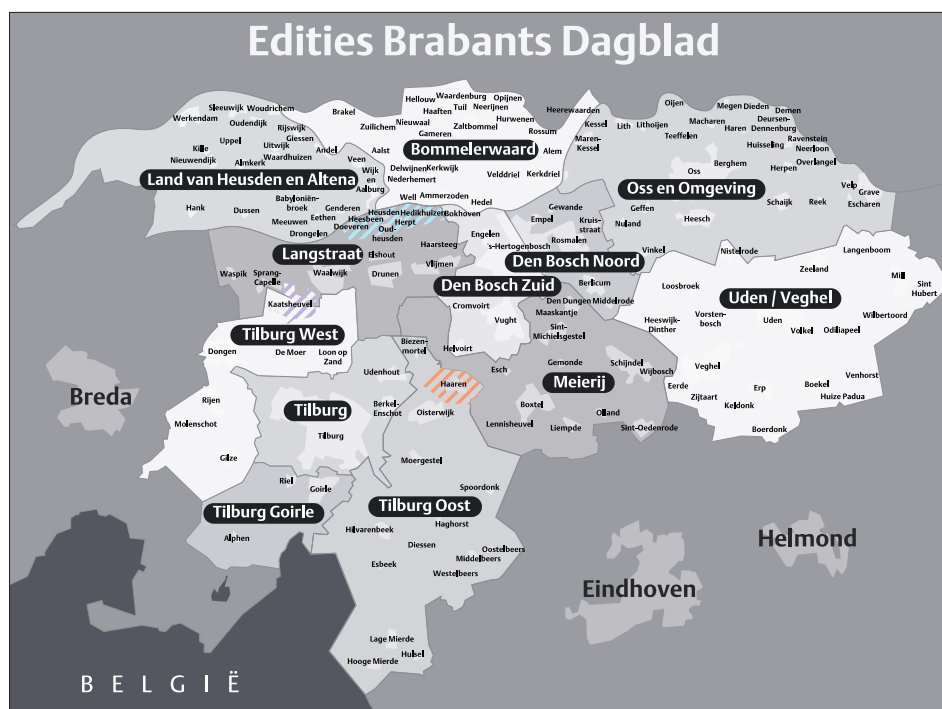
Voor de beschrijving wordt onder meer gebruik gemaakt van publicaties en interne hoofdredactionele documenten van het Brabants Dagblad en De Gelderlander, en van schriftelijke en mondelinge informatie van de betrokken editiechefs en de documentatiedienst van Wegener.

3.5.1 De edities van het Brabants Dagblad Tilburg en Oss

Het Brabants Dagblad – kortweg: BD – verschijnt in het brede midden van Noord-Brabant en de westpunt van het Gelderse rivierengebied. Het hoofdkantoor is in Den Bosch, de krant wordt gedrukt in Best. Het is een van de zeven grote dagbladen binnen het Wegenerconcern. Het BD telt zeven edities: Den Bosch, Tilburg, Oss, Meijerij (Boxtel-Schijndel), Uden-Veghel, Langstraat (Waalwijk-Heusden-Land van Altena) en Bommelerwaard. In het verspreidingsgebied verschijnt geen ander regionaal dagblad, met uitzondering van plaatsen in de periferie van edities waar lezers kunnen kiezen uit het BD en een aangrenzende Wegenertitel. De totaal verspreide oplage bedroeg in het vierde kwartaal van 2010 127.736 (HOI, 2011).

De redacties produceren alle zowel voor de gedrukte krant als voor BD online. Het maandelijkse aantal unieke bezoekers van de site bedroeg in september 2010 ruim 700.000. Vergeleken met september 2009 een stijging met 33 %. Het aantal page-

¹⁷ Zie www.sportsupports-herbergenbosch.nl/?pageID=150&Title=Verslaggeving_tot_in_de_haarvaten_van_de_samenleving.



Kaart 1: Verspreidingsgebied en editie-indeling van het Brabants Dagblad

views en de tijd die men op de site verbleef, namen in dezelfde periode wel iets af.¹⁸

De abonnees van het gedrukte BD hebben gemiddeld een hogere welstand en opleiding dan de bevolking in het verspreidingsgebied. Zij zijn sterker vertegenwoordigd in de categorieën middelbare en oudere paren en gezinnen met jonge en oudere kinderen. Lager opgeleiden met een lagere welstand, alleenstaanden en startende paren zijn ondervertegenwoordigd.¹⁹

Het BD maakt deel uit van Wegener Nieuwsmedia. Dat geldt ook voor andere regionale dagbladen waarvan de verspreidingsgebieden grenzen aan die van het BD: De Gelderlander, Eindhovens Dagblad en BN/De Stem. De redacties van deze dagbladen beperken zich hoofdzakelijk tot de regionale nieuwsproductie. Het bovenregionale nieuws, achtergronden en bijlagen betrekken zij van persdienst

¹⁸ Wegener BD ED maandrapportage oktober 2010.

¹⁹ Profielanalyse Brabants Dagblad Q4-2009.

GPD, de centrale redactie van Wegener Nieuwsmedia²⁰ en, voor zover het nieuws uit aanpalende gebieden betreft, van elkaar.

Sinds 2007 verschijnen alle Wegener-dagbladen op tabloidformaat. De redacties werken met hetzelfde tekst- en beeldbewerkingssysteem, waardoor de uitwisseling van redactionele en andere content wordt vergemakkelijkt.

Het BD, Eindhovens Dagblad, BN/De Stem en Omroep Brabant begonnen in het voorjaar van 2010 een verkenning van mogelijkheden tot samenwerking in een regionaal mediacentrum. Zo hopen ze elkaar aan te vullen en nieuwe vormen van communicatie met het publiek mogelijk te maken.

De BD-redactie telt 115,8 fte (oktober 2010), verdeeld over de centrale redactie in Den Bosch, de bijlageredactie (een gezamenlijke redactie van BD en het Eindhovens Dagblad, gevestigd in Best) en zeven editieredacties. Het overgrote deel, 84 fte, werkt op een van de editieredacties. De meeste redacteuren hebben een hbo-opleiding. De gemiddelde leeftijd van de BD-redactie zal weinig verschillen van die van de gezamenlijke Wegenerredacties in 2010, te weten 45 jaar.

Er is geen aparte onlineredactie. De camjo-functie werd in 2010 eveneens afgeschaft. Wel werken op editieredacties redacteuren met crossmediale expertise. Het uploaden van beeldmateriaal op de site blijkt soms een tijdrovende en frustrerende bezigheid, vooral sinds verslaggevers het 's avonds en in het weekeinde zonder technische ondersteuning vanuit Den Bosch moeten stellen (De Louw, 2010).

Schrijvende verslaggevers worden geacht voor de website zelf foto's en filmpjes te maken van actuele gebeurtenissen en die op de site te plaatsen. Een deel van deze foto's wordt ook gepubliceerd in print. De dragende foto's voor print worden gemaakt door beroepsfotografen.

Redactiebeleid bij Brabants Dagblad: Contourenschets Plus

Eind 2008 presenteerde de BD-hoofredactie de zogeheten Contourenschets, met als ambitie: 'De redactie moet staan voor kwaliteit en deskundigheid om verder aan gezag in de regio te winnen.' Dit streven ging gepaard met een noodzakelijke verdere teruggang van de redactiesterkte met ca. 7,5 procent. Aan de redactieleden werd gevraagd hoe dit streven het best kon worden ingevuld in de dagelijkse journalistieke praktijk. De reacties werden verwerkt in de Contourenschets Plus (Hoofredactie Brabants Dagblad, 2009).

²⁰ Na de opheffing van de GPD, eind 2012, betrekken de dagbladen het bovenregionale nieuws van De Persdienst (DPd), de opvolger van de centrale redactie van Wegener Nieuwsmedia.

Bossche Courant, Tilburgs Nieuwsblad en de pacificatie van Oss

De wortels van het Brabants Dagblad gaan terug tot de stichting van de Eerste 's-Hertogenbossche Dinsdagse en Vrijdagse Courant in 1771, tevens de oudste krant in de provincie. De regionale persgeschiedenis van wat in 1994 één Brabants Dagblad zou worden, laat een aaneenschakeling zien van nieuwe krantentitels, aanvankelijk vooral van conservatief-katholieke signatuur, gevolgd door krantenfusies, verlopend langs twee hoofdlijnen – de steden Den Bosch en Tilburg – en een bescheidener lijn in Oss.

Pas in 1959 kregen de dagbladen die destijds in Den Bosch en oostelijk verspreidingsgebied verschijnen, de titel Brabants Dagblad. Het indertijd in Tilburg verschijnende Nieuwsblad van het Zuiden, vanaf 1983 Het Nieuwsblad, dagblad voor Midden-Brabant geheten, ging in 1994 op in het Brabants Dagblad.²¹

De uitgeverijen Brabants Dagblad, Nieuwsblad van het Zuiden en Eindhovens Dagblad gingen in 1967 verder als Brabant Pers. Samen met de uitgeverijen van moedermaatschappij Audet die in 1988 door de VNU-dagbladengroep werden overgenomen (waaronder De Gelderlander in Nijmegen en De Stem in Breda), werden de Brabantse dagbladen in 1999 verkocht aan het in Apeldoorn gevestigde Wegener. Ruim een jaar later werden Brabants Dagblad en Eindhovens Dagblad weer zelfstandige bv's binnen het Wegenerconcern. In 2007 kwam het Wegenerconcern voor 85 procent in handen van de Britse investeringsmaatschappij Mecom.

Tilburg: Het Nieuwsblad

De oudste voorganger van de editie Tilburg van het BD is het Weekblad van Tilburg, dat in 1865 verscheen. Na de afschaffing van het dagbladzegel in 1869 kwam het twee keer per week uit onder de titel Tilburgse Courant. Die kreeg in 1879 concurrentie van de Nieuwe Tilburgse Courant. Ook deze verscheen twee keer per week. Vanaf 1898 kwam het Tilburgs Dagblad voor Volksbelang uit op de vier dagen per week waarop de Nieuwe Tilburgse Courant niet verscheen. In 1901 werden de twee laatstgenoemde kranten samengevoegd tot het eerste dagblad Nieuwe Tilburgse Courant. Tien jaar later werd ook de Tilburgse Courant dagblad.

In 1917 kreeg Tilburg een derde dagblad: het Nieuwsblad van het Zuiden. De krant was bedoeld als tegenwicht tegen de groeiende macht van de katholieke vakbonden, die een spreekbuis hadden in de Nieuwe Tilburgse Courant. Intussen leidde de Tilburgse Courant een kwijnend bestaan. In 1931 werd hij overgenomen en geïntegreerd in de Nieuwe Tilburgse Courant.

In 1964 nam het Nieuwsblad van het Zuiden de Nieuwe Tilburgse Courant over en telde Tilburg nog één regionaal dagblad. Drie jaar later nam VNU het Nieuwsblad van het

²¹ www.overbrabantsdagblad.nl/overbd/geschiedenis/gesch_db.asp.

Zuiden over. Samen met het BD en Eindhovens Dagblad maakte de krant deel uit van de groep VNU-dagbladen Brabant Pers. In 1983 veranderde het Nieuwsblad van het Zuiden van naam en heette voortaan Het Nieuwsblad, dagblad voor Midden-Brabant.²²

Eind jaren tachtig stuitten plannen voor het samengaan van Het Nieuwsblad – oplage toentertijd 55.000 – en het BD – oplage 105.000 – op fel verzet in Tilburg. Het leidde zelfs tot een staking van enkele dagen. De redactieraad vreesde verlies van regionale identiteit en van journalistieke banen. Toch ging Het Nieuwsblad in 1994 een fusie aan met het BD. VNU vond een dagbladtitel met een oplage van rond 50.000 niet levensvatbaar. De krant verloor zijn eigen titel en zijn eigen hoofdredacteur. Een deel van de redactie bleef in Tilburg gehuisvest.²³

Oss: pacificatiegebied

De BD-editie Oss komt voort uit een fusie van het (Dagblad voor) Oost-Brabant/Het Huisgezin en De Sirene. De fusie resulteerde in 1959 in een nauwe samenwerking tussen BD en Oost-Brabant/De Sirene en kort erop tot het verdwijnen van de Osse editie van Oost-Brabant.

Vanaf 1945 verscheen in Oss ook een editie van De Gelderlander. Omdat deze titel niet goed lag in Oost-Noord-Brabant en Noord-Limburg, ging De Gelderlander in 1947 de Noord-Ooster heten, met kantoren in Oss en Grave.

De daaropvolgende jaren voerden de drie plaatselijke katholieke dagbladen in het gebied Oss-Grave een hevige concurrentiestrijd, tot de directies van BD en De Gelderlander besloten tot een uitruil van verspreidingsgebieden, waarbij De Gelderlander zich in 1962 terugtrok uit Oss en omgeving en het BD uit Grave e.o.²⁴ De Gelderlander handhaafde een Oost-Brabantse editie in het gebied Grave, Boxmeer en Cuyk e.o., dat meer op Nijmegen is georiënteerd.

In de redactiebrede discussie onderschreef men de noodzaak en de wens tot meer kwaliteit en verdieping, onder meer met themajournalistiek en het streven om meer nieuwsbrengend dan nieuwsvolgend te zijn. Editieredacties dienen een focus op hoofdonderwerpen en thema's te krijgen. Projectmatig werken is het sleutelwoord: 'Geen twintig twekolommers per dag, maar een onderwerp dat ertoe doet.'

²² www.overbrabantsdagblad.nl/overbd/geschiedenis/gesch_tb.asp.

²³ 'Voorgenomen fusie kranten stuit op verzet redacties', Algemeen Dagblad, 14 februari 1989; 'Daar komt De Brabander', Trouw, 18 februari 1989.

²⁴ De Journalist, 10 maart 1962.

Ter verbetering van de kwaliteit en verdieping gaan sterverslaggevers collega's begeleiden en spraakmakende onderwerpen bedenken. Kiezen voor minder maar beter is ook uitgangspunt voor crossmedia en online.

Naast de oproep aan redacties om in print en online duidelijke eigen keuzes te maken beveelt de Contourenschets verslaggevers aan stad en regio in te trekken om nieuws te verzamelen en te produceren: 'Het is niet zo dat verslaggevers door de hoofdredactie worden gedwongen dagelijks met hun laptop vanuit de bibliotheek te werken, ook als daar geen aanleiding toe is. Ook wij als hoofdredactie snappen dat het voor regulier overleg noodzakelijk is vanuit het kantoor te opereren. Echter, we kunnen het niet goedvinden als verslaggevers niet van hun bureaustoel zijn af te branden' (ibid., 2009).

Redactionele richtlijnen liggen verder vast in het redactiestatuut, de Leidraad voor ethisch handelen en journalistieke keuzes (2008), de notitie verantwoord modereren (2011) en Twitter voor BD-journalisten (2011). Ze regelen onder meer het plaatsen van ingezonden brieven in de krant en van reacties op de BD-site, het zichtbaar corrigeren van reacties op de site die minder goed passen bij het merk en de statuur van de krant, en het gebruik van Twitter voor zowel zakelijke als persoonlijke tweets.

BD-editie Tilburg

De BD-editie Tilburg is de optelsom van vier sub-edities: Tilburg Stad (de gemeente Tilburg, die ook de dorpen Udenhout en Berkel-Enschot omvat), Tilburg West (de gemeenten Loon op Zand, Dongen en Gilze en Rijen), Tilburg Goirle (inclusief de dorpen Riel en Alphen) en Tilburg Oost (de gemeente Haaren deels, en verder de gemeenten Oisterwijk, Hilvarenbeek, de dorpen Westelbeers, Middelbeers en Oostelbeers (behorend tot de gemeente Oirschot) en Hoge en Lage Mierde (behorend tot de gemeente Reusel-De Mierden).

Door gemeentelijke fusies en herindelingen sinds de jaren '90 vallen editiegrenzen niet meer samen met gemeentegrenzen. Hierdoor moet nieuws uit deze gemeenten worden uitgewisseld met andere edities van BD, Eindhovens Dagblad en BN/De Stem.

De gemeente Tilburg telde eind 2010 206.175 inwoners, de drie gemeenten van Tilburg West 73.715, Tilburg Goirle 22.582 en de gemeenten en dorpen van Tilburg Oost ca. 59.000. Tezamen bestrijken de Tilburgse edities een gebied met ca. 360.000 inwoners.

De betaalde oplage van de BD-editie Tilburg Stad bedroeg in 2009 24.905, van Tilburg West 2066, van Tilburg Goirle 4076 en van Tilburg Oost 8704. In totaal 39.751.

BD-redactie Tilburg

De stads- en streekredactie Tilburg is in een gemeenschappelijke ruimte gehuisvest op de begane grond van een modern kantoorpand aan de rand van het stadscentrum, nabij het station. De Tilburgse redactie telde in maart 2011 19,4 fte. (Niet meegerekend zijn een economieredacteur en een kunstredacteur die worden gedeeld met andere edities.) De redactie heeft een eigen secretariaat.

De sterkte van de stadsredactie is 6 fte, redacties omgeving Tilburg 4,1. Verder telt de redactie 1 chef, 2 coördinatoren, 2 eindredacteurs, 2,3 verslaggevers algemeen (vooral ten behoeve van de Tilburg Plus-pagina's), 1 redacteur crossmedia en 1 redactioneel ondersteuner. De stadsredacteurs en algemene verslaggevers hebben ieder een eigen nieuwssector en een eigen stadswijk, maar pakken daarnaast onderwerpen aan die erbuiten vallen. Tilburg heeft geen eigen sportredactie. De reguliere sportverslaggeving gebeurt vanuit Den Bosch.

De leeftijd van de redacteurs ligt tussen 27 en 61 jaar. De meesten hebben een hbo-opleiding, er zijn ten minste drie academici. De redactie maakt gebruik van 25 correspondenten, verdeeld over stadswijken en dorpen, en vijf medewerkers algemeen. De redactie beschikt niet over een eigen fotograaf. 90 procent van de foto's wordt betrokken van een fotopersbureau dat opdrachtfoto's en vrije foto's levert, de overige via uitwisseling van aangrenzende edities ED en BN/De Stem.

Voor de site maken redacteurs steeds vaker zelf foto's. Daarnaast maken eigen verslaggevers ook filmpjes voor de site. Incidenteel neemt de redacties filmpjes over van de commerciële regionale omroep TV10.

Dagelijkse productie

De editie Tilburg Stad en de drie omliggende edities zijn sinds het voorjaar van 2010 samengevoegd in één krant. Deze telt op doordeweekse dagen 3 pagina's met het belangrijkste nieuws uit Tilburg e.o., 2 pagina's Tilburg Stad, 1 of 2 regio-pagina's met nieuws uit Tilburg e.o. en servicerubrieken, 1 regionale 'schaduw-voorpagina', 4 pagina's met nieuws uit de gemeenten Goirle, Oisterwijk, Hilvarenbeek, Haaren, Oirschot, Reusel-De Mierde, Alphen-Chaam, Loon op Zand, Dongen en Gilze en Rijen, en 1 pagina die dagelijks een eigen karakter heeft: opinie op donderdag en zaterdag, kunst/cultuur op vrijdag.

Tilburgs nieuws met een bredere uitstraling biedt de redactie ook aan voor de algemene voorpagina van BD. Een voorbeeld staat op pagina 170.

Tilburg: een echte werkstad

Een echte werkstad: zo noemt Nico Snels (geb. 1957) de stad waar hij in 1999 chef werd van de plaatselijke redactie van het Brabants Dagblad. Tilburgers zijn naar zijn mening behept met een klein minderwaardigheidscomplex. 'In het gebied ten westen van Tilburg heerst meer de mentaliteit van Breda: meer zelfvertrouwen. Het gebied ten oosten van de stad heeft een meer Bourgondische inslag' (Mondelinge informatie Snels, april 2011).

Van oudsher is Tilburg de stad van wol- en textielfabrieken. Daarnaast was er onder meer de tabaksindustrie. Die industrietakken zijn vrijwel geheel verdwenen. De laatste jaren valt het accent op logistieke bedrijven, onderwijs en cultuur. De grote onderwijsinstellingen, de bijbehorende academische en studentenbevolking en de toegenomen culturele verscheidenheid drukken een stempel op de stad. Toren hoge gebouwen domineren de skyline en symboliseren de onbescheiden ambities van de stad.

Na het verdwijnen van de wolindustrie was Tilburg aan het eind van de jaren 60 de stad met de armste bevolking van Nederland. Het schokeffect leidde tot een geleidelijke mobilisatie in de stad, met als resultaat een spectaculaire versnelling van de economische ontwikkeling.

'Men praat niet graag over de donkere kanten van die periode', schrijft Ruud Vreeman, terugblikkend op de jaren van zijn burgemeesterschap van Tilburg (2004-2010). 'Toch heb ik nooit zo vaak gehoord dat de kerk je dom hield en de fabrikanten je arm. In mijn hoofd speelde altijd de vraag waarom er niet meer verzet was in die tijd' (Vreeman, 2011).

In 'Tilburg, bijzonder gewoon' geven cultuurpsycholoog Jos van der Lans en socioloog Herman Vuijsje deze karakterschets van de Tilburgse bevolking:

'Van alle grote steden in Nederland is Tilburg misschien wel degene die het minst tot de verbeelding spreekt; tenminste, voor de mensen die er niet wonen. De Tilburgers zelf vinden hun stad wel degelijk bijzonder, maar ze zijn niet erg geneigd om zich daarover op de borst te kloppen. (...) Ze vinden hun stad zo bijzonder juist omdat ze zo gewoon is.

De stad excelleert in bescheidenheid. Doe maar gewoon... lijkt het levensmotto, en dat maakt Tilburg misschien wel tot de meest Nederlandse stad van het land.

Tilburg is bijzonder door zijn verleden als kloppend hart van de Nederlandse textielindustrie en als katholiek centrum. Bijzonder is ook de veerkracht waarmee de stad nieuwe wegen is ingeslagen toen het zowel met de textiel als met de kerk bergafwaarts ging. Niet klagen, niet moeilijk doen, gewoon iets nieuws beginnen.

Het centrum is in de greep van de horeca en de verstrooiing; er is geen stad in Nederland waar zoveel festiviteiten worden georganiseerd.

Tegendraads en gedwee: die eigenschappen zijn in Tilburg hecht verweven.

Tilburgers hadden van zichzelf een betrekkelijk lage dunk. Hetzelfde gold voor hun stad. (...) Stapje voor stapje wordt het nu zelfbewuster' (Van der Lans en Vuijsje, 2001).

Online heeft voorrang in de nieuwsproductie. Politieberichten en andere korte berichten gaan direct online. Van grotere nieuwsonderwerpen maken verslaggevers eerst een samenvatting voor online, daarna de uitgebreide versie voor de krant. Een redacteur ziet er overdag op toe dat er ten minste eenmaal per half uur een nieuw item op de site komt. De online-redacteur is vrijgesteld van ander werk. 's Avonds en in het weekeinde houden dienstdoende verslaggevers de site actueel.

In december 2010 had de Tilburgse site van het *BD* ca. 1,5 miljoen pageviews, in januari 2011 ruim 1,6 miljoen.

Op de redactie Tilburg startte in 2010 het project Formule T, waarin de ontwikkeling van een nieuwe digitale formule centraal stond. De meeste aandacht ging uit naar het ontwikkelen van een crossmediale werkwijze, met als doel een zeer actuele website en andere – bij voorkeur betaalde – digitale producten.

Ter ondersteuning van de crossmediale werkwijze werd in november 2010 het *content management system* Polopoly ingevoerd. Hiermee worden tekst en beeld uit eigen productie en uit andere bronnen snel online gezet en automatisch per editiegemeente geordend. Iedere redacteur kan er de website mee verversen. Het programma filtert online lezersreacties met onwelvoeglijke termen uit het aanbod. Na 2011 is het systeem Wegenerbreed ingevoerd.

Het modereren van reacties op de site gebeurt achteraf. In Tilburg is dat de taak van de redactie, al bleek dit begin 2011 niet goed te werken (Hoofdredactie *BD*, 2011). Eind 2011 besloot de hoofdredactie anonieme reacties op de site niet langer toe te laten. Het modereren kostte de redactie te veel tijd.²⁵

Brabants Dagblad-editie Oss

De *BD*-editie Oss omvat de gemeenten Oss (dat naast de stad Oss o.m. Ravenstein en de dorpen Berghem, Herpen, Megen en Lith omvat: samen 84.000 inwoners), Maasdonk (Geffen, Nuland en Vinkel: 11.600 inwoners), Schaijk en Reek (beide gemeente Landerd, 8600 inwoners) en Heesch (gemeente Bernheze, 12.500 inwoners). Het verspreidingsgebied telt ca. 117.000 inwoners.

Als gevolg van recente gemeentelijke herindelingen lopen de grenzen tussen de editie Oss en andere *BD*-edities door enkele omliggende gemeenten. De betrokken editieredacties wisselen berichtgeving uit, zoals ook in de grensgebieden van de Tilburgse edities gebeurt.

De oplage van de editie Oss bedroeg in 2009 ca. 16.000.

²⁵ *BD* stopt met anonieme reacties, Villamedia, 8 december 2011.

Oss: een criminele reputatie

Bij Oss schieten de buitenstaander waarschijnlijk drie dingen te binnen: de Bende van Oss, rookworst en Jan Marijnissen. Stuk voor stuk onderwerpen die voor beroering zorgden. Toch noemde weekblad *Vrij Nederland* Oss in 1977 'de saaiste stad van Nederland'. Vanwaar die tegenstrijdigheid?

Wie goed keek in de saaiste stad van Nederland, zag tal van boeiende ontwikkelingen, schreef René van der Lee, die in 1987 zijn journalistieke loopbaan begon op de redactie van het Brabants Dagblad in Oss. Hij zag de ongelijke strijd van de traditionele industrie met de moderne tijd, de LAT-relatie tussen de stad en de, meest Turkse, gastarbeiders, de intense verveling van de jongeren, de groeiende kloof tussen bestuurders en burgers. 'Wie goed keek, kwam tijd en papier tekort om het allemaal op te schrijven' (Van der Lee, 1997).

De criminele reputatie van 'donker Oss' stamt uit de tweede helft van de negentiende eeuw tot en met de jaren dertig van de twintigste eeuw. Lange tijd maakten criminele families en groepen Oss en omgeving onveilig, terwijl de ordehandhavers van gemeentepolitie, marechaussee en veldwacht meer elkaar bestreden dan de bendes. Als oorzaak van de grote criminaliteit zag criminoloog Nagel de zeer snelle industrialisatie, die de bevolking had verdeeld in twee kampen: het ene paste zich aan de nieuwe omstandigheden aan, het andere hield vast aan de eigen plattelandstradities en gebruiken (Smeets, 2001). Een geromantiseerde versie van het sociale conflict werd in 2011 verfilmd.

Op het hoogtepunt van de industrialisatie werkten in Oss duizenden mensen in de vlees- en soepproductie, maar ook in de tapijtindustrie, de Philipsfabriek en andere grote bedrijven. De werkomstandigheden in de vleesindustrie en andere productiebedrijven legden tevens de voedingsbodem voor werknemersverzet. Zo kon Oss in de jaren zeventig de bakermat worden van de SP, destijds nog Socialistische Partij geheten.

Na een periode van grootschalige bedrijvigheid volgden jaren van krimp. 'Het beeld van fabriekspoorten die honderden, zo niet duizenden werknemers uitspuwen, is enkel nog in het stadsarchief te vinden. De stad telt nog slechts één bedrijf met meer dan duizend werknemers: MSD Organon. Hoe lang, is en blijft onzeker' (Snijders, 2010).

Het jaar erop sloot MSD Organon een groot deel van de Osse vestiging. Het kostte 1600 werknemers hun baan. Begin 2014 kondigde MSD aan vrijwel de gehele onderzoeks- en ontwikkelingsafdeling te sluiten, wat nog eens het verlies van 440 banen betekende. Maar een deel begon de afgelopen jaren voor zichzelf in innoverende bedrijfjes in het Life Sciences Park op hetzelfde MSD-terrein.²⁶ In kleinschalige bedrijvigheid ligt volgens ondernemend Oss de toekomst van de stad (Snijders, *ibid.*).

²⁶ Terug in het oude lab van Organon, Trouw, 2 maart 2012.

De gemeente Oss omvat een uitgestrekt landelijk gebied met dorpskernen, boerderijen en weilanden, en een voormalige industriestad als centrum. Op een boerderij in Herpen, een van die dorpen, brak in 2006 de Q-koorts uit. BD-verslaggever Joris Roes schreef er het ene artikel na het andere over. Maar landelijk nieuws werd de Q-koorts pas in 2009, toen het aantal ziektegevallen in de duizenden liep en het tv-programma Zembla erover berichtte.

Het karakter van de Osse bevolking is moeilijk te typeren. ‘Er is niet zoiets als dé Ossenaar’, aldus Roes, geboren in 1973 en sinds 2010 chef van de editie Oss. ‘Leden van de hockeyclub, bezoekers van de golfbaan, louche autohandelaren, uitbaters van tweedehands kledingwinkels, je vindt ze hier allemaal. Agrarisch, industrieel, en nee, erg intellectueel is het hier niet’ (Mondelinge informatie Roes, oktober 2010).

De redactie BD-Oss

De redactie Oss is gevestigd op de begane grond van een pand aan de rand van het stadscentrum. Het kantoor heeft – vermoedelijk als enige BD-editieredactie – een balie waar bezoekers rechtstreeks contact kunnen hebben met redacteuren. Er is geen redactiesecretariaat.

De redactie Oss bestaat uit 7 fulltime redacteuren, 2 parttime redacteuren en 2 redacteuren die als resp. economie- en kunstredacteur deels werken voor de editie Oss en deels voor een andere BD-editie. Daarnaast beschikt de redactie over een netwerk van circa 35 correspondenten en medewerkers: van incidentele tipgevers tot vrijwel voor alles inzetbare verslaggevers. De twee parttime werkende redacteuren zijn vrouw, de overige redacteuren man. Vrijwel allen volgden de hbo-opleiding journalistiek. Één academicus. De leeftijden variëren van 22 tot 60 jaar.

Er is een taakverdeling naar nieuwssector en naar gemeenten. De meeste editieredacteuren hebben in hun verslaggeversportefeuille zowel een nieuwssector (zoals onderwijs, woningbouw, politie/justitie, landbouw en gezondheidszorg) als een gemeente, stad of dorp. Daarnaast heeft een aantal een eigen taak in het nieuwsproductieproces (coördinatie dagkrant, crossmedia).

Dagelijkse productie

Van dinsdag tot en met zaterdag produceert de redactie acht (tabloid)pagina's met nieuws, achtergronden, reportages en interviews uit Oss en wijde omgeving. De voorpagina van het regiokatern (B1) bevat het belangrijkste nieuws en wordt de etalage genoemd. Op de naast elkaar liggende pagina's B2 en B3 staat nieuws uit Oss. Nieuws uit de gemeenten Landerd, Maasdonk en Bernheze staat op de pagina's B4 en B5. De pagina's B6-7 wisselen dagelijks van thema. Elke dag in de week heeft een vast thema, zoals cultuur op donderdag, een groot interview op

vrijdag en regionale opinie op zaterdag. De achtste regiopagina (B8) bevat nieuws uit andere BD-edities en uit De Gelderlander dat voor Oss e.o. interessant is.

De site van de editie Oss wordt bij toerbeurt geactualiseerd door twee redacteurs, die tevens meeproduceren voor de krant. De redactie maakt zelf foto's en filmpjes voor de site. Kleine actuele onderwerpen worden onder meer in de vorm van een foto met bijschrift alleen voor de site geproduceerd.

In de avonduren wordt de site alleen geactualiseerd bij belangrijk plaatselijk nieuws, en wel door de dienstdoende verslaggever. In het weekeinde houden studenten de site bij.

3.5.2 Beschrijving van de editie Arnhem van De Gelderlander

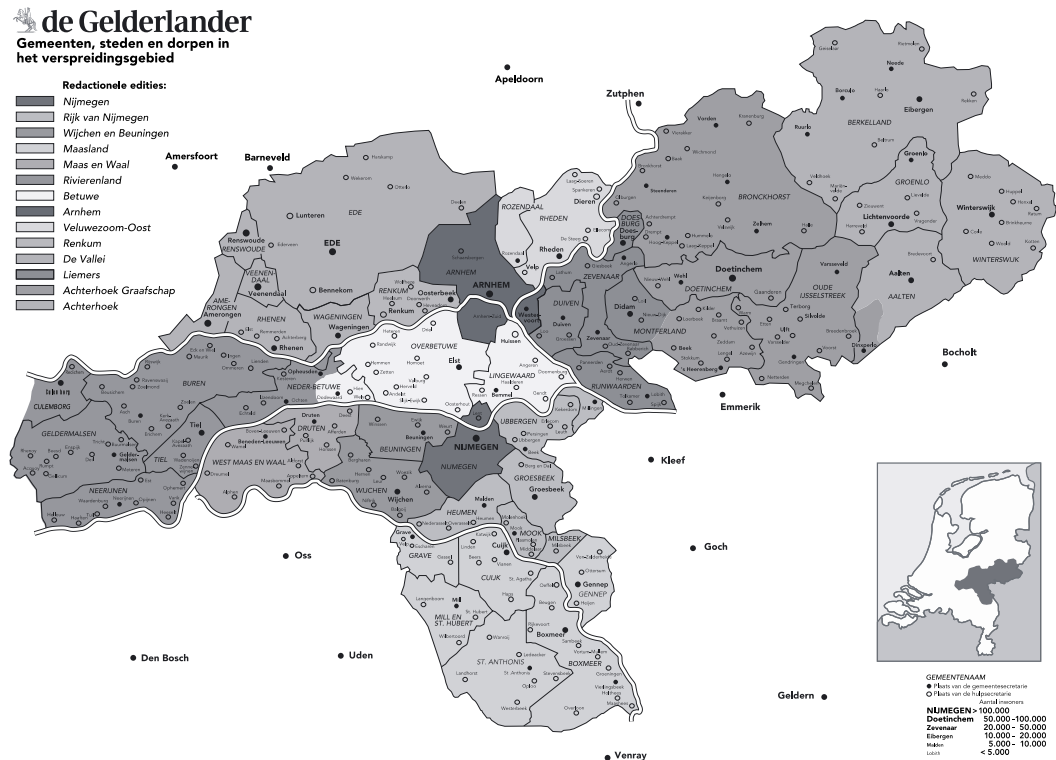
De Gelderlander telt dertien edities en sub-edities. Tezamen bestrijken die het midden, zuiden, oosten en westen van de provincie Gelderland (met uitzondering van de Bommelerwaard en de westpunt van de Neder-Betuwe), het noordoosten van Noord-Brabant (regio Grave, Cuyk, Boxmeer), het noorden van Limburg (regio Mook, Gennep) en het oosten van de provincie Utrecht (regio Veenendaal, Rhenen). In het verspreidingsgebied wonen 1.262.500 inwoners van 13 jaar en ouder (NOM, 2010-2011). In het gebied waar de Arnhemse DG-edities verschijnen, woonden in 2011 225.280 inwoners.

Alleen in de westelijke periferie van het verspreidingsgebied (Gelderse Vallei en Rivierengebied) concurreert DG met andere regionale dagbladen. In de overige naburige regio's verschijnen dagbladen die evenals De Gelderlander deel uitmaken van Wegener-MGL: De Stentor en Twentsche Courant Tubantia in het noorden; Brabants Dagblad en Dagblad De Limburger in het zuiden. Tussen deze kranten bestaan gebiedsafspraken. In de keuze van een regionale krant is de vrijheid van lezers hierdoor zeer beperkt.

De totale verspreide DG-oplage bedroeg in 2011 144.937 (Cebuco, 2011). Daarmee is DG de grootste regionale krant in Nederland. Het bereik van de gedrukte krant is doordeweeks 458.000, op zaterdag 492.600. Het bereik van DG online is op weekbasis 184.269. (Aangezien het BD het onlinebereik op maandbasis berekent, zijn de cijfers van de twee kranten niet goed vergelijkbaar.) Het gecombineerde bereik van print en online komt uit op 787.916. Met de combinatie print en online bereikt DG 62 procent van de bevolking in het verspreidingsgebied (NOM, 2010-2011).

50-plussers vormen het grootste deel (55 %) van het lezersbestand van de gedrukte krant. 19 % van de lezers is 13-34 jaar, 26 % 35-49 jaar. De bezoekers van DG online zijn veel gelijkmatiger over de leeftijdscategorieën verdeeld: 34 % is 13-34

Kaart 2: Verspreidingsgebied en editie-indeling van De Gelderlander



jaar, 34 % 35-49 jaar en 32 % is 50+. Van de krantenlezers is 21 % hoog opgeleid, 39 % heeft een middelbare opleiding, 40 % is laag opgeleid. Bij de bezoekers van de onlinekrant is het opleidingsprofiel omgekeerd aan dat van de papieren krant: van de bezoekers is 45 % hoog en 11 % laag opgeleid (Wegener Media, 2012). Bijna een kwart van de krantenlezers behoort tot de hoogste welstandsklasse, 42 % tot de laagste. De verdeling is wat schever dan het gemiddelde beeld van regionale dagbladen, die van elke welstandsklasse ongeveer een derde bereiken (Bakker & Scholten, 2011). Bij de bezoekers van DG-online liggen de percentages met resp. 28 en 31 dicht bij het gemiddelde. Tweepersoons huishoudens domineren in de gezinssamenstelling van zowel Gelderlander-krantenlezers als onlinebezoekers (NOM, 2010-2011; STIR, 2010-2011).

Redactie De Gelderlander

De hoofdvestiging van DG is in Nijmegen. Hier zijn de hoofdredactie en de centrale redactiefuncties gevestigd. In hetzelfde pand, maar op een andere

verdieping, produceert de centrale redactie van de Wegener Nieuwsdienst – vanaf 2013 de Persdienst (DPd) – de algemene pagina's voor de dagbladen van Wegener. DG wordt deels gedrukt in Apeldoorn, deels in Enschede. De redactie heeft verder kantoren in Arnhem, Doetinchem, Tiel en Ede.

Als het hart van de crossmediale redactionele organisatie fungeren sinds 2011 vier zogeheten newsrooms. Zij sturen de journalistieke processen aan en zorgen voor de verspreiding van nieuws over meerdere kanalen (Hoofredactie De Gelderlander, 2010). Newsrooms zijn samengesteld uit eindredacteuren en onlineredacteuren. De newsroom Nijmegen stuurt de edities Nijmegen-stad, Rijk van Nijmegen, Wijchen-Beuningen, Maas en Waal en Maasland aan, de newsroom Achterhoek de edities Doetinchem, Winterswijk en Liemers, de newsroom Arnhem de edities Arnhem-stad, Renkum-Veluwezoo-Oost en Betuwe. De newsroom algemeen in Nijmegen coördineert en voert de regie bij het editie overstijgende nieuws. De edities Rivierenland en de Vallei worden geproduceerd in eigen kantoren in resp. Tiel en Ede.

De regionale nieuwsproductie gebeurt door verslaggevers die sinds 2011 mobiele journalisten of mojo's worden genoemd. Zij worden geacht overal en altijd crossmediaal te werken. De mojo moet het publiek op elk moment van de dag via verschillende kanalen kunnen bedienen (Hoofredactie De Gelderlander, 2010).

De bovenregionale productie van DG is op dezelfde wijze georganiseerd als die van het BD (zie paragraaf 3 van dit hoofdstuk). DG werkt in grotere journalistieke projecten samen met Omroep Gelderland, onder meer in het tussen 2011 en 2013 gehouden hyperlokale experiment met de rijdende redactie deBuzz.

De DG-redactie telt ca. 145 fte's (eind 2011). Het merendeel produceert en verwerkt de dagelijkse editiepagina's. De redactie heeft geen fotografen in vaste dienst. De camjo-functie bestaat alleen nog op papier. Verslaggevers maken zelf foto's, voornamelijk ten behoeve van de website.

Redactiebeleid

Redactionele richtlijnen en doelstellingen liggen vast in o.m. het redactiestatuut, de door hoofdredactie en redactiechefs opgestelde 'Verklaring van Doorwerth' (2009), de hoofdredactionele documenten 'Newsroom of the Future bij De Gelderlander' (Hoofredactie De Gelderlander, 2008) en 'Operatie MediaMorfose' (Hoofredactie De Gelderlander, 2010), het protocol Print en online (2010) en de nota Privacy en criminaliteit (eerste versie 1994).

Met krant én website richt De Gelderlander zich op dezelfde doelgroep: ‘De 30-plusser met huisje, boompje, beestje, met een gezonde belangstelling voor zijn directe leefomgeving’ (Hoofredactie De Gelderlander, 2008).

In de ‘Verklaring van Doorwerth wordt de ambitie om ondanks alle economische tegenwind een betere krant te maken geschraagd door de volgende uitgangspunten:

- Meer kwaliteit leveren in nieuwsgaring en duiding, waarde toevoegen aan verzamelde informatie.
- De krant biedt naast hard nieuws ruimte aan verdieping. Elke editie benoemt maatschappelijk relevante thema’s met eraan gekoppeld specialisten, die op hun gebied een autoriteit worden in de regio.
- Verhalen dienen herkenbaar en relevant te zijn voor mensen in het totale verzorgingsgebied van De Gelderlander. Daarnaast streven redacties naar geografische en inhoudelijke verbreding van plaatsgebonden nieuws.
- De menselijke maat is van eminent belang in de verhalen. Iedereen moet zich erin kunnen herkennen. Vooral mensen in de krant.
- Een scherpe scheiding tussen nieuws voor de papieren krant en voor internet. Beide informatiedragers gaan elkaar versterken: actuele feiten voor online, het complete verhaal inclusief context voor de krant (Hoofredactie De Gelderlander, 2009).

In de notitie ‘Operatie MediaMorfose’ stippelt de hoofredactie de weg uit naar een cross- en multimediale redactie. Doel van de operatie: de krant moet zich aanpassen aan de veranderingen in de mediatechnologie, wil de krant ook in de toekomst relevant blijven. Hiervoor moest de redactionele organisatie veranderen. ‘We maken geen krant meer. We maken nieuws, in al zijn verschijningsvormen’ (Hoofredactie De Gelderlander, 2010).

Krant en site vullen elkaar aan, maar zijn niet elkaars kopie. Beide media hebben hun eigen afzonderlijke inhoud. Volgens algemene regel is de site er voor het korte snelle nieuws en de krant voor duiding en achtergrond. Maar uit bereikcijfers blijkt dat krantenlezers nauwelijks de website bezoeken en sitebezoekers nauwelijks de krant lezen. Per nieuwsitem dienen voortdurend de vragen te worden gesteld: hoe en wat voor de krant, hoe en wat voor de site? Het Internetprotocol (2010) werkt deze richtlijnen uit voor de organisatie en werkwijze van de afzonderlijke newsrooms. Bij nagenoeg elk bericht en verhaal is een crossmediale aanpak mogelijk, aldus de hoofredactie. Zij legt de nadruk op de noodzaak voortdurend na te denken over de gewenste journalistieke aanpak van een nieuwsitem (Hoofredactie De Gelderlander, 2008).

Van De Batavier naar De Gelderlander

De Batavier, een rebels Nijmeegs krantje, verscheen nog geen twee jaar toen het in 1845 in de strijd voor de emancipatie van katholiek Nijmegen roemloos ten onder ging. Het had de merendeels lijdzame katholieken, die driekwart van de Nijmeegse bevolking vormden, niet in beweging kunnen krijgen. De protestantse en liberale elite bleef aan de Waal de lakens uitdelen. Maar De Batavier legde wel de basis voor een opvolger die een langer leven beschoren was. Vanaf 1848 verscheen de krant tweemaal per week, vanaf 1874 dagelijks, onder de titel Nieuw Nijmeegsch Dagblad, later De Gelderlander geheten. Een halve eeuw na de oprichting bestond de vaste redactie overigens uit welgeteld één man (Brinkhoff, 1948).

Met edities voor Nijmegen, Arnhem, Apeldoorn en de Achterhoek steeg het aantal abonnees tot 37.500 eind jaren dertig. De krant ijverde voor de katholieke zaak, zoals de vestiging van de katholieke universiteit in Nijmegen, die in 1923 haar beslag kreeg (Brinkhoff, 1948).

Tot in de jaren zestig hield de krant een uitgesproken katholiek karakter. Maar de eind 1945 aangetreden hoofdredacteur Louis Frequin trok al snel niet-katholieke medewerkers aan. Hiermee wilde hij ‘verdere bijdragen leveren aan de emancipatie van de katholieke lezerskring, het isolement verbreken en onze kolommen steeds verder openbreken om ruimte te scheppen voor andere dan de geijkte visies (...) Te meer was dit nodig omdat we als krant op grote schaal een monopoliepositie hadden verworven en er recht moest worden gedaan aan niet-katholieke lezers die op onze krant waren aangewezen’ (Frequin, 1989: 296). Vanaf de jaren zestig trok DG ook niet-katholieke journalisten en jonge vrouwelijke journalisten aan, ‘en we groeiden van een katholieke krant naar een krant voor katholieken en niet-katholieken’ (Frequin: 300).

In 1967 gingen de ondernemingen De Gelderlander-Pers en Neerlandia-Pers – uitgever van Het Centrum (Utrecht), De Nieuwe Limburger (Maastricht) en De Stem (Breda) – samen in de N.V. Audet (Associatie van Uitgevers van Dagbladen en Tijdschriften). De kranten bleven redactioneel zelfstandig, maar er kwam een gezamenlijke nieuwsdienst. Vier jaar later hield Het Centrum op te bestaan.

In 1970 haalden DG en kopblad Arnhems Dagblad de 100.000^e abonnee binnen. Een jaar later nam de krant de Gelderse edities van de noodlijdende PvdA-krant Het Vrije Volk over. Vanwege de sterke positie van sociaal-democratische lezers in Arnhem en de Neder-Betuwe voerde de vergrote Gelderlander er de titel De Nieuwe Krant.

In de loop van de jaren tachtig bleek de financiële positie van Audet te smal voor de noodzakelijke forse investeringen in nieuwe persen en gebouwen. De kapitaalkrachtige VNU, dat al regionale dagbladen bezat in Noord-Brabant, nam de Audet-dagbladen in 1989 over. De oplage van De Gelderlander was inmiddels gestegen tot meer dan 170.000.

Ruim tien jaar later deed VNU zijn dagbladendivisie over aan Wegener, omdat de VNU-top regionale kranten niet meer vond passen in de internationaal georiënteerde concernstrategie.

Wegener nam de VNU-dagbladen over op het toppunt van hun rentabiliteit en stak zich voor honderden miljoenen in de schulden. Rente en aflossing moesten grotendeels worden opgebracht door de nieuw verworven kranten, bij gelijktijdige terugloop van inkomsten uit advertenties.

Het netwerk van buitenlandcorrespondenten, dat aangestuurd werd door DG, werd ontmanteld; de VNU-dagbladen werden aangesloten bij persdienst GPD, waarvan de andere Wegenerdagbladen al lid waren. De edities van het Gelders Dagblad in gebieden waar ook De Gelderlander verscheen, werden opgeheven. Een tijdperk brak aan van reorganisaties en inkrimpingen.

DG ging in 1996 online; de gedrukte krant stapte in 2007 over van broadsheet op tabloidformaat. Door het opgaan van voorheen concurrerende Wegenerkranten in DG en door dat het Utrechts Nieuwsblad zich terugtrok uit een deel van de Neder-Betuwe piekte de oplage in 2001 tot bijna 200.000, maar in het decennium erna daalde de oplage met ongeveer een kwart, tot het peil van eind jaren zeventig.

Vermoedelijk heeft de samenvoeging van titels geleid tot een extra daling van lezers – bovenop het te verwachten effect van dubbellezers – maar de impact ervan is niet precies in te schatten. Vergelijkbare samenvoegingen in Den Haag, Leiden en de Zaanstreek, waar eveneens titels opgingen in een bestaande krant, leidden tot een extra daling (Bakker, 2002).

Arnhem: fusie op fusie op fusie

Weinig steden kennen een zo levendige persgeschiedenis als Arnhem. Krantentitels kwamen en gingen, tot er aan het begin van deze eeuw één fusiekrant De Gelderlander overbleef. Het colofon liet de eerste jaren na de fusie iets van die persgeschiedenis zien: aan de ondertitel Arnhemse Courant werd toegevoegd ‘Gelders Dagblad, waarin opgenomen Groot Arnhem, Nieuwe Arnhemsche Courant en Nijmeegs Dagblad’ (Hemels, 2004).

De moderne persgeschiedenis in Arnhem begint in 1814 met het eerste nummer van de Arnhemsche Courant. Tot 1839 verscheen de krant driemaal per week, daarna werd de frequentie stapsgewijs opgevoerd tot vijf maal per week vanaf 1854.

Aanvankelijk had de krant het karakter van een gouvernementeel mededelingenblad, maar geleidelijk ontwikkelde de Arnhemsche Courant zich in een onafhankelijke, politiek kritische richting, wat herhaaldelijk tot botsingen en rechtszaken leidde (Hemels, 2004).

De liberale pers was van oudsher sterk vertegenwoordigd in Arnhem. Zeker toen de liberaal georiënteerde Arnhemsche Courant eind negentiende eeuw serieuze concurrentie kreeg van de eveneens liberale, maar fellere en strijdlustiger Nieuwe Arnhemsche Courant. Aan de onderlinge wedijver gingen beide kranten in de jaren dertig financieel bijna ten onder. Onder invloed van de economische crisis werden de kranten gefuseerd met behoud van de naam Arnhemsche Courant (Van Beek, 1988; Hemels, 2004).

De katholieke pers in Arnhem kwam moeizaam van de grond. De Gelderlander bracht er in 1924 met een eigen bescheiden redactie een plaatselijke editie uit, die niet echt aansloeg. Volgens de overlevering lazen nogal wat vooraanstaande katholieken in Arnhem de Arnhemsche Courant, die zij bij voorkeur aan de achterdeur lieten bezorgen (Grootveld, 1971).

Een jaar later zette de Utrechtse krant Het Centrum een offensief op de Arnhemse markt in het Dagblad van Arnhem en het kopblad Geldersch Dagblad. De krant noemde zich een 'principieel katholiek dagblad met een stedelijk en provinciaal karakter' (Hemels, 2004). De inhoud kwam grotendeels van Het Centrum. De krant was evenmin een succes, en in 1932 nam drukkerij De Spaarnestad het Dagblad van Arnhem over. Later werd de krant eigendom van De Gelderlander-Pers, die de krant in 1945 opnam in het Arnhems Dagblad.

Beter verging het in Arnhem de sociaal-democratische pers. Twee jaar na de oprichting van uitgeverij De Arbeiderspers in 1929 kwam het Volksdagblad voor Gelderland uit, een in Arnhem geproduceerde regionale editie van Het Volk, dat na de bevrijding landelijk doorging als Het Vrije Volk. De krant groeide in de jaren dertig uit tot de grootste van Arnhem.

Onder invloed van de verzuiling weerspiegelde de Arnhemse pers de politiek en godsdienstig onderscheiden bevolkingsgroepen. Het vooroorlogse patroon handhaafde zich na 1945 in de periode van wederopbouw en toenemende welvaart. Weliswaar voltrokken zich in de jaren zestig geestelijke en maatschappelijke veranderingen, maar in de Arnhemse Courant was daarvan weinig te merken (Bekkers & Hommerson, 1989). Tot zich in 1971 een uniek integratieproces voltrok van twee kranten met een verschillende ideologische achtergrond. Het ontzuilingsproces was al zo ver voortgeschreden dat de initiatiefnemers van de fusie van het Arnhems Dagblad en Het Vrije Volk hun lezerspublieken lieten samenvloeien in een krant met een nieuwe redactieformule. 'Arnhem werd een proeftuin voor een experiment dat mikte op een gevoel van een gezamenlijke betrokkenheid bij de stad' (Hemels, 2004: 94).

Om de eigen identiteit van de fusiekrant zichtbaar te maken en het 'rode' deel van het lezerspubliek niet voor het hoofd te stoten kreeg de fusiekrant een eigen titel – De Nieuwe Krant – een eigen directeur en een eigen adjunct-, later hoofdredacteur, die al te roomse berichtgeving in de door DG geproduceerde rompkrant kon verwijderen. De eigen hoofdredacteur en directeur verdwenen geruisloos in de jaren tachtig, en toen in 1987 ook de titel De Nieuwe Krant plaats maakte voor De Gelderlander, kraaide er onder de lezers vrijwel geen haan naar (Van Beek, 1988).

De totstandkoming van De Nieuwe Krant was de uitkomst van een onderhandelingsproces met telkens wisselende spelers, waarbij ook de Arnhemse Courant en Wegener enige tijd betrokken waren (Van Beek, 1988). Het rooms-rode fusie-experiment werd vooral ingegeven doordat Het Vrije Volk en het Arnhems Dagblad klem zaten.

Bij de Arnhemse Courant – in de jaren zestig overgenomen door uitgeverij Van der Loeff in Enschede en sindsdien zonder *ch* – voltrok zich in enkele decennia een proces van schaalvergroting, overnames en integratie van regionale titels. Bij het 175-jarig bestaan in 1989 typeerde hoofdredacteur Selles de krant als ‘een vrij neutrale, redelijk objectieve krant, waarin wat de inhoud betreft pluriformiteit een belangrijke rol speelt’ (Bruin, 1989).

Strategische overwegingen van Wegener gaven de doorslag. De Nederlandse Mededingingsautoriteit NMa stelde voorwaarden aan de overname van de VNU-dagbladen. De ingrijpendste voor Arnhem: Wegener zou de Arnhemse Courant en edities van het Gelders Dagblad moeten verkopen. Maar welke ondernemer had deze te verzelfstandigen kranten willen reanimeren? De rechtszaken en onderhandelingen gingen door, en intussen werd het beoogde integratieproces onomkeerbaar.

Ondanks de kleine verschillen bespeurde Van Beek nog sentimenten bij de lezers over de vermeende signatuur en de richting van de bladen (Van Beek, 2001; Hemels, 2004: 102-103).

Ex-AC-lezers reageerden nauwelijks op de verdwijning van de subtitel.

De Gelderlander-edities Arnhem en omgeving

De DG-editie Arnhem verschijnt in de gemeente Arnhem, die ook de vroeger zelfstandige dorpen Schaarsbergen en Elden omvat. De gemeente telde in 2011 148.073 inwoners, en is hiermee de veertiende stad van Nederland. In Gelderland hebben Nijmegen en Apeldoorn een hoger inwonertal dan de provinciehoofdstad.

De (sub-)editie Renkum verschijnt in de gemeente Renkum, die de dorpen Renkum, Oosterbeek, Doorwerth, Heelsum, Heveadorp en Wolfheze omvat. De gemeente telde begin 2012 31.636 inwoners. De (sub-)editie Veluwezoom-Oost verschijnt in de gemeenten Rheden (met de dorpen Velp, Rheden, De Steeg, Ellecom, Dieren, Laag-Soeren en Spankeren) en Rozendaal. Dit gebied telde in 2011 45.571 inwoners.

Westervoort, Duiven en Huissen zijn dubbelleesgebieden. De plaatselijke berichtgeving wordt verzorgd door de redactie Liemers (Duiven-Westervoort) en Betuwe (Huissen) maar Gelderlanderlezers kunnen ook kiezen voor de Arnhemse stadseditie.

De verspreide oplage van de editie Arnhem stad bedroeg in 2011 11.335 (dekking inclusief doorgeven 21 %), van de editie Renkum 3368 (dekking inclusief doorgeven 31 %) van de editie Veluwezoom-Oost 5370 (dekking inclusief doorgeven in de gemeente Rheden 33 %, in Rozendaal 49 %). Totaal verspreide oplage in Arnhem en omgeving: 20.073.

DG-redactie Arnhem en omgeving

De Arnhemse redactie was tot medio 2012 gevestigd op de tweede verdieping van een kantoorpand aan de rand van het centrum. Trapportaal en lift naar de redactie zijn alleen toegankelijk met een keycard. Bezoekers die zich bij de receptie melden, moeten door iemand van de redactie worden opgehaald. Buiten bij de hoofdingang is een intercom naar de redactie, maar die werkt niet. Volgens de teamleider Arnhem stad is de fysieke bereikbaarheid van de redactie geen punt meer, aangezien vrijwel alle contacten telefonisch of online verlopen.

De redactie Arnhem en omgeving telt 17,2 fte, verdeeld over 26 redacteuren:

1 chef redactie, 2 teamleiders (1 stad, 1 omgeving), 9 stadsverslaggevers, 5 streekredacteuren (Veluwezoom-Oost en Renkum), 2 onlineredacteuren, 3 eindredacteuren en 4 sportredacteuren (onder wie 1 teamleider). De sportredactie wordt aangestuurd door de chef sport in Nijmegen. Het overgrote deel van de redacteuren heeft een hbo-opleiding en is ouder dan 45 jaar. Twintigers en dertigers zijn er weinig. De redactie telt vijf vrouwen: drie van hen zijn eindredacteur, een redacteur Arnhem stad, een redacteur Renkum. De redactie heeft geen eigen secretariaat.

De portefeuilles zijn globaal verdeeld over de stadsverslaggevers. De belangrijkste portefeuilles zijn politiek, economie, onderwijs, cultuur, woningbouw en grote stadsprojecten, politie, zorg en recreatie, horeca en binnenstad. Enkele verslaggevers hebben een vrije rol.

Ook in Arnhem maken verslaggevers zelf beeldmateriaal, voornamelijk ten behoeve van de website. De foto's voor de krant komen als regel van een vaste fotograaf en een aantal vaste freelancers. Incidenteel plaatst de redactie ook foto's van 'cowboys' bij rampen, ongelukken en andere tegenspoed. Voor filmpjes op de site werkt de redactie samen met de lokale omroep RTV Arnhem. Beide redacties overleggen over de onderwerpkeuze van de dag.

De redactie Arnhem e.o. biedt tevens onderdak aan de redactie Betuwe (5,68 fte). Sinds het redactiekantoor in Elst werd gesloten, werken de Betuwse eindredactie en een deel van de verslaggeverij in Arnhem, andere Betuwe-verslaggevers produceren thuis of op locatie.

Dagelijkse productie

De redactie Arnhem produceert voor de maandagkrant 4 pagina's en een pagina agenda. De vierde pagina wisselt voor de edities Stad, Renkum en Veluwezoom-Oost, die elk een eigen pagina maken. Op de pagina's B1, B2 en B3, die in alle Arnhemse edities liggen, staat voornamelijk nieuws uit Arnhem, maar ook nieuws uit de omgeving-edities dat voor Arnhem van belang is. De redactie hanteert geen strikte scheiding tussen nieuws uit Arnhem en nieuws uit de omgeving.

Van dinsdag tot en met zaterdag produceert de redactie 7 pagina's plus een agendapagina. De B6 en B7 zijn wisselpagina's: Arnhem stad, Renkum en Veluwezoom-Oost maken elk hun eigen B6 en B7. Voor de B6 en B7 nemen stadsredactie en omgevingredacties soms berichten over van elkaar of uit andere Gelderlander-edities (Liemers, Vallei, Betuwe, Nijmegen).

Op vrijdag bevat het editiekatern naast het standaardpakket van 8 pagina's twee wekelijkse cultuurpagina's. Voor de zaterdagkrant produceert de redactie 4 pagina's extra: een pagina opinie, een pagina met de wekelijkse lichtvoetige stadsrubriek en een blok ingezonden brieven en een spread (twee naast elkaar gelegen pagina's in het hart van het editiekatern) die meestal uit historische foto's is opgebouwd. Incidenteel wordt het editiekatern aangevuld met een pagina regio, waarop o.m. een historische rubriek staat.

Samengevat: de gemiddelde weekproductie bestaat uit 29 pagina voor alle Arnhemse edities, driemaal 11 pagina's die wisselen voor de edities Arnhem stad,

Arnhem: een verdeelde stad

‘Arnhem de genoeglijkste’ staat op een van de vier sluitstenen van het Duivelshuis, het voormalige stadhuis van Arnhem. Gelre’s hertog Maarten van Rossum liet het huis in de zestiende eeuw bouwen en zette op elk van de sluitstenen de naam van de hoofdsteden van de vier kwartieren van zijn hertogdom, plus een toenaam. Zo werd Nijmegen ‘de oudste’, Zutphen ‘de rijkste’, Roermond ‘de stoutste’ en Arnhem ‘de genoeglijkste’.

Stadsbestuurders hebben de toenaam lang gekoesterd. Arnhem bleef tot in de twintigste eeuw vooral een luxe stad, die aantrekkelijk wilde zijn voor bemiddelde toeristen en oud-Indiëgangers. Terwijl andere steden inzetten op industrie en handel, bleef het gemeentebestuur een afkeer houden van rokende schoorstenen.

Maar de rijken verkozen steeds vaker villadorpen aan de Veluwezoom, waardoor Arnhem een belangrijke bron van inkomsten en werkgelegenheid zag opdrogen. Daarnaast bleek Nijmegen een geduchte concurrent als stad om te wonen, te werken of te recreëren.

Pas in de jaren dertig begon het gemeentebestuur haast te maken met de industrialisatie. Arnhem werd gepromoot als luxe stad én werkstad. Maar aan het einde van de Tweede Wereldoorlog was Arnhem verwoest en geplunderd, de bevolking geëvacueerd en de industrie onttakeld. Men kon grotendeels opnieuw beginnen. Toch verliep de wederopbouw wonderbaarlijk snel.

Aan het tijdperk van stadsuitbreiding, grote nieuwbouwprojecten en economische bedrijvigheid kwam in de jaren zeventig een einde. Grote bedrijven sloten de poorten of moesten inkrimpen.

Duizenden Arnhemmers verloren hun baan. Eind jaren zeventig en begin jaren tachtig steeg de werkloosheid in Gelderland nergens zo sterk als in Arnhem. In het stadsbestuur heerste een ‘het wordt toch nooit wat stemming’.

In plaats van zelf initiatieven te ontplooiën maakte Arnhem verwijten aan het adres van politiek Den Haag. Pas in de loop van de jaren tachtig kwam hierin verandering (Bekkers en Hommerson, 1989).

Twintig jaar later is Arnhem een stad waarop toerisme, recreatie en sport, cultuur en onderwijs en de kantorensector een stevig stempel drukken. De industriële werkgelegenheid herstelde zich niet meer na de zware klappen van de jaren zeventig en tachtig. Als provinciehoofdstad telt Arnhem een fors aantal ambtenarenbanen. De dominantie werkte door in de gemeenteraad en Provinciale Staten, die grotendeels bevolkt raakten met ambtenaren, zoals journalist Gerard van Westerloo liet zien in zijn schets van de provinciehoofdstad (‘Arnhem: het gesloten circuit’, in Van Westerloo, 2003). Aan ambities ontbrak het het stadsbestuur allerminst, maar voor een aantal grote plannen voor de vernieuwing van het centrum en de Rijn oevers wist het onvoldoende politiek, maatschappelijk en financieel draagvlak te verwerven.

Arnhemmers en Ernummers

‘Ik heb een zwak voor echte Arnhemmers. Ik ben een geïmporteerde, dus ik kijk met belangstelling naar de originele soort. Wat ik zie is dat de Arnhemmers flink tekeer kunnen gaan over hun eigen stad, maar dat ze het voor diezelfde stad opnemen als iemand van buiten het waagt zich laatdunkend over Arnhem uit te laten. Als ze tekeer gaan, de Arnhemmers die tot de inventaris van de stad behoren, dan doen ze dat vaak op een prachtige manier. Je hoeft het niet eens te zijn met wát ze zeggen, maar hóe ze het zeggen, dat is soms ronduit fascinerend.’²⁷

Zo typeerde John Bruinsma de originele Arnhemmer in een van zijn wekelijkse stadscolumns. Bruinsma (50), jarenlang stadsverslaggever in de provinciehoofdstad, keerde na een aantal nieuwsdienst- en chefsfuncties op de centrale DG-redactie in Nijmegen in 2011 terug als chef van de newsroom Arnhem.

De Arnhemmer is geneigd tot nuilen,²⁸ zegt Bruinsma, maar stiekem is hij trots op zijn stad. ‘Hij is best chauvinistisch. Arnhem is een stad in ontwikkeling, veel creativiteit, veel zzp’ers maar ook met een aanzienlijk bevolkingsdeel dat achterblijft. Het verschil tussen rijk en arm is groot. Daardoor is de Arnhemmer moeilijk te typeren. Je hebt Arnhemmers en Ernummers. De krant wil beide groepen bedienen. Ik hou er wel van de Ernummer op te zoeken. Voordat ik hier chef werd, stond er veel cultuur in de krant en te weinig verhalen van de straat. Van twee cultuurredacteuren zijn we ook teruggegaan naar één’ (mondelinge informatie Bruinsma, mei 2012).

Het beeld van een stad met een gespleten bevolking – een welvarend deel tegenover een relatief groot deel dat kampt met hardnekkige armoede en werkloosheid – komt naar voren in het rapport ‘Staat van Arnhem 2012’ (Gemeente Arnhem, 2012). Arnhem is een stad met twee gezichten. De stad staat in de top tien van grote steden met een relatief hoog percentage huishoudens met lage inkomens. Vergeleken met andere steden heeft Arnhem een hoog aandeel werklozen en inwoners in de bijstand. Het opleidingsniveau is relatief laag. Er is relatief veel criminaliteit; op de AD-misdaadmeter eindigde Arnhem in 2011 op de tweede plaats.

‘Staat van Arnhem 2012’ heeft ook goed nieuws: in de jaren 2001-2005 stond de stad er nog veel beroerder voor. Bewoners zagen hun wijk achteruitgaan, maar daarin is een kentering gekomen. Anders dan de vergrijzende buurgemeenten Renkum, Rheden en Rozendaal trekt Arnhem relatief veel jongeren die er komen studeren, wonen of werken.

Renkum en Veluwezoom, en 6 agendapagina’s (waarvoor de Arnhemse redactie het materiaal levert maar die in Nijmegen worden geproduceerd). Online heeft voorrang in de nieuwsproductie. Verslaggevers zetten hun nieuws eerst online, daarna maken zij een bericht of artikel voor de krant. De onlineredacteuren zoeken

²⁷ ‘Vooruit’. Rubriek Tussen de regels, De Gelderlander editie Arnhem, 19 mei 2012.

²⁸ Zaniken, zeuren.

op sites en sociale media naar nieuws ten behoeve van de eigen mediaplatforms en zorgen voor regelmatige actualisering van de website. Daarnaast proberen zij het publiek bij het nieuws te betrekken via oproepen voor tips en reacties.

Begin 2012 scoorde de Arnhemse site van DG voor het eerst in een maand drie miljoen pageviews en 680.000 unieke bezoekers. Onlineredacteuren houden bij welke berichten op de site goed scoren. Die berichten geven zij een hoge plaats op de site.

3.6 Conclusie

Centraal in dit onderzoek staat het dagelijkse journalistieke proces op editieredacties. De centrale eenheid die we hierbij onderzoeken, is de editieredactie. Hiertoe zijn waarnemingen gedaan op verschillende editieredacties met behulp van uiteenlopende waarnemingsmethoden.

Het complexe karakter van de case maakt triangulatie van gezichtspunten en observaties noodzakelijk (Hijmans & Wester, 2009: 177). Het is een aanpak die hulp kan bieden bij interne controles. Triangulatie kan onder meer betrekking hebben op het naast elkaar raadplegen en vergelijken van verschillende gegevensbronnen of het naast elkaar gebruiken van verschillende waarnemingsmethoden en de uitkomsten ervan vergelijken (Peters, 2006: 638-639).

Door triangulatie van databronnen kan de kwaliteit van gegevens meervoudig worden getest (Otto, 2006: 478). Het gebruik van verschillende bronnen en waarnemingsmethoden versterkt de geloofwaardigheid van gegevens (Yin, 2003). In de case-studie worden de gegevens uit deze afzonderlijke bronnen in de analyse samengevoegd om een totaaloverzicht te krijgen. Elke gegevensbron wordt gebruikt als een stukje van de puzzel, waarbij de puzzel staat voor het te onderzoeken verschijnsel als geheel (Baxter & Jack, 2008: 554). In dit geval is het verschijnsel als geheel het redactieproces.

Herhaalde replicatie van de waarnemingen, controles met behulp van aanvullende gesprekken, vergelijking met hoofdredactionele richtlijnen en meer algemene opvattingen van redacteuren en tussentijdse evaluaties na afronding van elke case dragen bij aan de geldigheid van de uitkomsten. Per editieredactie worden dezelfde kernactiviteiten onder de loep genomen, dezelfde vragen gesteld en dezelfde procedures gevolgd. De tussentijdse evaluaties dienen ter controle – zijn de gegevens verzameld die we nodig hebben? – en als aanvulling – leveren aanvullende vragen en gegevens een nog beter beeld op van de redactionele kernactiviteiten?

Tezamen vervullen de gebruikte waarnemingsmethoden verschillende functies: een controlerende functie (bijvoorbeeld: kenmerken van de berichtgeving komen overeen met wat redacteurs over keuzes in hun nieuwsselectie en nieuwsgaring zeggen, of met wat de hoofdredactionele richtlijnen voorschrijven), een aanvullende functie (bijvoorbeeld: wat redacteurs zeggen over de totstandkoming van een artikel, biedt inzicht in het nieuwsproces dat de nieuwsaarde en de context van het onderwerp heeft bepaald, en dat in het artikel zelf niet zichtbaar is) en een corrigerende of contrasterende functie (bijvoorbeeld: de keuzes die de redactie feitelijk maakt, komen niet overeen met wat redacteurs *zeggen* dat zij doen, of met de keuzes die de hoofdredactie van de redactie verwacht).

De onderzoeksvragen over het nieuwsproces, nieuwsproductie en -presentatie beantwoorden we aan de hand van gegevens uit inhoudsanalyse, observatie van het werkproces, korte gesprekken tijdens het werk en langere interviews. Gegevens uit de documentanalyse en de antwoorden van redacteurs op de vragenlijst dienen als context en controle. *Member checks* zijn uitgevoerd door redacteurs naar aanleiding van concrete keuzes, handelingen producties telkens te vragen naar routines als de omgang met bronnen, het vermelden van bronnen en het multimediale proces, en door na afloop van de observaties met hen te discussiëren over de voorlopige uitkomsten. Zo gaven werkwijzen in concrete gevallen beter zicht op werkwijzen die redacteurs in vergelijkbare gevallen en omstandigheden standaard volgen, met andere woorden: op routines.

Bij de nabesprekingen bleek dat redacties over het algemeen een ruimere interpretatie aan brongebruik geven dan het brongebruik dat zichtbaar is in hun berichtgeving. Zo leidt een tip van een burger soms tot berichtgeving waarin de burger zelf geen rol speelt, bijvoorbeeld omdat hij of zij daar geen prijs op stelt of omdat hij/zij voor het onderwerp niet relevant is. In zo'n geval zet een publieksbron de redactie aan tot actie zonder dat dit uit de berichtgeving blijkt.

De relatie tussen redactie en lezer kan in alle activiteiten van de redactie een rol spelen. Of dit ook het geval was, is nagegaan in observaties van het ochtendoverleg en van de verdere gang van zaken op de redactie, in korte gesprekken en langere interviews met redacteurs, in inhoudsanalyse, in de antwoorden van redacteurs op de vragenlijst en in de nabespreking van voorlopige bevindingen.

De drie geselecteerde editieredacties waarop het redactieproces is bestudeerd, vertonen overeenkomsten maar ook duidelijke verschillen. Het Brabants Dagblad en De Gelderlander maken deel uit van de regionale dagbladengroep van Wegener. In organisatie, aansturing vanuit het concern en in technologische middelen,

waaronder een geïntegreerd redactiesysteem, functioneren de editieredacties op dezelfde wijze. Verschillen zijn er in redactiesterkte, aard en omvang van het verspreidingsgebied en in dagbladhistorie en -cultuur. De combinatie van overeenkomsten en verschillen maakt de editieredacties in Tilburg, Oss en Arnhem geschikt voor het soort opbouwende en vergelijkende analyse dat ik wil doen. Het onderzoek kan uitwijzen of en hoe deze verschillen doorwerken in het nieuwsproces en de nieuwsproductie, en of er daarnaast verschillen zijn die niet zijn te herleiden tot de genoemde verschillen in context.

In de drie volgende hoofdstukken beschrijf ik de resultaten van het onderzoek naar achtereenvolgens het nieuwsproces en de nieuwsproductie op de drie editieredacties, en hun relatie tot de lezers.

4 Overleg, nieuwsselectie, nieuwsgaring

In hoofdstuk 2 is het theoretisch kader gepresenteerd waarmee de dagelijkse gang van zaken op editieredacties kan worden geanalyseerd. Dit resulteerde in drie kwaliteitsmodellen die we kunnen beschouwen als clusters van waardenoriëntaties en opvattingen die het journalistiek handelen op redacties in meerdere of mindere mate sturen. De invalshoek is die van de redactie als werkzame eenheid. Beschreven zijn de elementen van het redactieproces die voor de kwaliteitsvraag van belang zijn.

De focus op het redactieproces is gericht op drie kernactiviteiten: het proces van redactieoverleg, nieuwsselectie en nieuwsgaring (kortweg aangeduid als het nieuwsproces); de multi- en crossmediale nieuwsproductie inclusief nieuws-presentatie, kwaliteitscontrole en reflectie op de redactionele productie (aangeduid als het productieproces); en ten slotte de activiteiten gericht op de relatie tussen medium en lezers: activiteiten die kunnen worden opgevat als de maatschappelijke functie van de redactie.

In dit hoofdstuk gaan we na hoe de editieredacties structuur en inhoud geven aan het proces van nieuwsselectie (§ 4.1) en nieuwsgaring (§ 4.2). Over waarden en oriëntaties die richting geven aan het journalistiek handelen, in het bijzonder in het nieuws- en productieproces, gaat § 4.3. Hierin trekken we de conclusie aan welk kwaliteitsmodel of aan welke kwaliteitsmodellen het nieuwsproces op editieredacties beantwoordt.

Aan de hand hiervan kunnen we in § 4.4 de spanningsvelden en dilemma's in het nieuwsproces formuleren.

4.1 Overlegstructuren in de nieuwsselectie

De functies van de reguliere overlegstructuren

In de nieuwsselectie op editieredacties hebben we de volgende reguliere, structurele vormen van overleg gevonden:

- het dagelijks ochtendoverleg;
- het wekelijks/periodiek overleg over onderwerpen voor de middellange termijn;
- de interne elektronische agenda.

Een verslag van twee vormen van redactievergaderingen, het dagelijkse ochtend-overleg en het wekelijkse overleg voor de wat langere termijn (zie **bijlage 6**), laat aanvullende en deels overlappende overlegstructuren zien op de Arnhemse redactie van De Gelderlander. De gang van zaken tijdens het overleg brengt een derde, impliciete structuur aan het licht: de voor alle redactieleden toegankelijke (elektronische) agenda.

Per datum staan hierop alle nieuwsgebeurtenissen die de redactie via e-mail of anderszins zijn aangekondigd (bijvoorbeeld: raads- en commissievergaderingen, overleg ondernemers binnenstad, perspresentatie plan stationsgebied, rechtbank-zaak tegen Arnhemse verdachte, zitting Raad van State over omstreden industrie-terrein bij Westervoort, postzegelbeurs De Globe, een prijsuitreiking, een jubilerende vereniging). Redacteuren zetten er hun afspraken in (interview met directeur woningcorporatie, interview vertrekkende onderwijscoördinator, bezoek aan buurt die door wijkbewoners is opgeknapt, afspraak met schoolbestuur om slechte staat van onderhoud school te bekijken) en reminders (ziekenhuis Rijnstate bellen of donoractie een succes is geworden). De coördinator zet er de planning van afleveringen van series in (zoals over de vitaliteit van de Arnhemse binnenstad, in de aanloop naar het stadsdebat). Verder meldt de agenda per dag wie er niet zijn (compensatiedag, vakantie, redactieraadsvergadering). De agenda geeft een beeld van dagen waarop er veel of juist weinig nieuwsonderwerpen te verwachten zijn, en van dagen waarop de redactie krap bezet is.

Redacteuren kunnen de agenda raadplegen om te zien wie met welke onderwerpen bezig is, maar bij navraag op de redactie Oss bleek dat het daar in de praktijk zelden of nooit gebeurt.

Het verslag van een donderdagse vergaderdag in Arnhem (bijlage 6) laat zien dat het dagelijks en wekelijks redactieoverleg ten minste vier functies vervult:

1. de agendering van onderwerpen;
2. de verdeling van taken over verslaggevers;
3. de voorlopige editieopzet, met toewijzing van onderwerpen aan verschijningsdata en plaatsen in de krant (met bijbehorende formats); en
4. de discussie over de inhoudelijke uitwerking van onderwerpen (aanpak, invalshoek, suggesties voor te raadplegen bronnen).

Hoe vervult het reguliere overleg op de editieredacties in Arnhem, Tilburg en Oss deze functies?

Agendering en taakverdeling

Het reguliere overleg op editieredacties gaat vooral over het inventariseren van nieuwsonderwerpen, suggesties voor onderwerpen en wie van de redacteurs daarmee bezig gaat. De redactiechef of de coördinator, die het overleg leidt, neemt de belangrijkste onderwerpen door die voor deze dag op de agenda staan, waarbij meestal al vast staat welke redacteurs gelet op hun sectorportefeuille de onderwerpen uitwerken. Soms moet dat nog tijdens het overleg worden geregeld ('Harry schrijft vandaag een weekendverhaal en kan niet naar het persgesprek met B. en W. Wie heeft er wel tijd voor?'). Stagiairs krijgen onderwerpen toegewezen. De voorzitter meldt verder welke verhalen die al klaar zijn, in de krant van morgen mee moeten.

Vast onderdeel in het overleg is het rondje waarin redacteurs melden waarmee zij vandaag bezig gaan, wat al klaar is en wat er van hen voor de krant van morgen en komende dagen te verwachten is. Ook melden zij wat hun in de krant, in het nieuws of onderweg naar de redactie is opgevallen, en wat bij nabellen misschien nog iets oplevert. Of er ook iets mee gebeurt, hangt af van de reacties in het overleg en van de vraag of iemand er tijd voor heeft.

Een voorbeeld is het onderzoek naar het aantal niet geregistreerde inwoners van Nederland (zogenoemde spookburgers) dat *RTL Nieuws* in de uitzending van 30 maart 2011 bekend maakte. Voor de redactie Tilburg was het de volgende dag aanleiding het geschatte aantal spookburgers in Tilburg en omgeving via de gemeentelijke voorlichtingsafdelingen te achterhalen. Een verslaggever zei een spookburger te kennen. Het item werd de opening van de eerste Tilburg Plus-pagina.²⁹

Af en toe leidt de bespreking van de krant van heden tot suggesties voor een vervolgonderwerp. Een algemeen bericht kan een plaatselijk vervolg krijgen:

Een kort bericht 'Dierenasiels in geldnood' in het algemene deel van De Gelderlander³⁰ werd door een redacteur opgepakt om het voor Arnhem uit

²⁹ 'Tilburg telt ruim 5000 spookburgers', Brabants Dagblad, 1 april 2011.

³⁰ 'Dierenasiels in geldnood', De Gelderlander, 9 mei 2012.

te zoeken. Zij stuitte onverwacht op een conflict tussen dierenasiels en de Dierenbescherming, wat leidde tot twee grotere artikelen.³¹

Het gebeurde tijdens de observatieweken maar één keer dat een redacteur in het overleg aankondigde zelf op onderzoek uit te gaan: leiden de vele opgebroken straten tot tijdverlies voor hulpdiensten? (Zie *bijlage 6*)

Over de agendering wordt in het overleg over het algemeen weinig gediscussieerd. Discussie ontstaat soms wel wanneer de coördinator of een andere redacteur zegt een persbericht of e-mail te hebben gehad over een onderwerp dat hij nog moet bekijken, of waarvan onduidelijk is of het nieuw is. Een ander kan al eerder over het onderwerp geschreven hebben of ervaring hebben met de bron van het bericht. Soms ontstaat er ook discussie over minder belangrijke en minder concrete onderwerpen die de coördinator in de dagagenda heeft staan: doet de redactie hier nog iets mee? Hierbij geven praktische en presentatieoverwegingen gewoonlijk de doorslag: is er veel of weinig aanbod, is er een redacteur die er tijd voor heeft, is het een varieus of human interest-onderwerp dat als tegenwicht kan dienen in het serieuze nieuwsaanbod, etc.

Het ochtendoverleg verloopt in Tilburg, Oss en Arnhem op ongeveer dezelfde wijze. In Oss speelt de agendering van bijdragen van medewerkers en correspondenten en het toewijzen van nieuwsonderwerpen aan medewerkers vanwege de relatief krap bezette redactie een grotere rol dan in Tilburg en Arnhem. Tips voor onderwerpen komen in Oss ook van correspondenten en medewerkers.

Het overleg over onderwerpen op wat langere termijn heeft op de Brabantse redacties onregelmatiger plaats dan de wekelijkse frequentie in Arnhem. In het overleg op alle redacties ligt de nadruk op het inventariseren welke producties te verwachten zijn, wie ermee bezig zijn of gaan, en op welke pagina's ze een plaats moeten krijgen.

Specifiek voor regioedities is de afstemming van de editie met de nieuwsdienst en andere deelredacties. Dagelijks is er in de loop van de ochtend telefonisch overleg van de chefs of de eindredacteuren/coördinatoren van alle edities en de chef van de centrale nieuwsdienst. Hierin worden de belangrijkste onderwerpen geïnventariseerd die van de centrale nieuwsdienst en de editieredacties kunnen worden verwacht. Op basis hiervan maken de chefs onder meer voorlopige afspraken welke onderwerpen aangeboden zullen worden voor het algemene deel van de krant, en welke regionale onderwerpen door editieredacties worden gedeeld. Als bijvoorbeeld de redactie Uden aankondigt een verhaal te maken over regionale

³¹ De Gelderlander editie Arnhem, 11 en 16 mei 2012.

crossterreinen of het nieuwe regioziekenhuis, kan de redactie Oss dit verhaal plannen en overnemen.

Editieplanning

De agendering van nieuwsonderwerpen in het reguliere overleg is nauw verbonden met de planning van de editiepagina's. De belangrijkste nieuwsonderwerpen van de dag worden al tijdens het ochtendoverleg door de coördinator aan pagina's, paginavakken en formats toegewezen. Bij het rondje wie met welke onderwerpen bezig zijn, doen redacteuren zelf al suggesties of een onderwerp geschikt is als opening van de eerste pagina, als *highlite*,³² als samengestelde productie op de pagina's 2-3 of als interview op pagina 4 of 5.

Op de redacties Arnhem en Oss begint de planning van nieuwsonderwerpen voor de volgende dag in de ochtend; op de redactie Tilburg nog een half etmaal eerder. Hier maakt de redactiechef of coördinator in de loop van de middag aan de hand van de agenda en van een lijst van reeds geproduceerde artikelen een planninglijst voor het redactieoverleg van de volgende ochtend met het oog op de krant van overmorgen. Op deze planninglijst zijn de nieuwsonderwerpen al ruwweg verdeeld over de editiepagina's. Ook lopende onderwerpen waarvan nog niet bekend is of en wanneer er een vervolg op komt, staan pro memorie op de planninglijst. De volgende ochtend krijgen de redacteuren aan het begin van het overleg het groten-deels ingedeelde editiekatern voor de dag erop op enkele A-4tjes rondgedeeld.

Aan de indeling wijzigt in de loop van de dag het nodige. Nieuws dat zich aandient, vraagt om andere prioriteiten, artikelen worden doorgeschoven naar de volgende dag etc. (Zie onder ad hoc-overleg, verderop in deze paragraaf.)

Inhoudelijke discussie

De vierde functie van het regulier overleg betreft de inhoud, aanpak en invalshoek van nieuwsonderwerpen, en suggesties voor bronnen die ervoor in aanmerking komen. Op de editieredacties krijgt deze functie minder aandacht dan die van agendering, taakverdeling en paginatoewijzing. De aanpak van een onderwerp wordt overgelaten aan de betreffende redacteur, die na het overleg desgewenst apart overlegt met redactiechef, coördinator of – in de meeste gevallen – met een van de collega-redacteuren.

Soms maakt iemand in het redactieoverleg een kanttekening bij een onderwerp. Een voorbeeld: een redacteur van Veluwezoom-Oost kondigt

³² Een *highlite* is een beeldbepalende foto of andere illustratie met een korte tekst op de voorpagina van het editiekatern. Een voorbeeld uit Arnhem staat op p. 173.

een verhaal aan over de omschakeling van fitnesscentra naar preventiecentra. Een persbericht dat hij hierover van een fitnesscentrum in Rheden kreeg – ‘(Pre)diabetespatiënten binnenkort verzekerd van gecertificeerde begeleiding’ – was voor hem aanleiding meteen een afspraak voor een interview te maken. Een van de stadsredacteurs herinnert er in het ochtendoverleg aan dat de overvloed aan fitnesscentra in Arnhem enkele jaren geleden heeft geleid tot een fikse tarievenslag en sanering. Hij vraagt zich af of de transformatie in preventiecentra niet gewoon een commerciële truc is in de concurrentiestrijd, en pleit voor een kritische journalistieke aanpak. Niemand gaat op zijn opmerkingen in. Vervolgens verschijnt in de krant een positief getoonzet artikel over het fitnesscentrum.³³ De kritische noot is voor kennisgeving aangenomen.

Twee factoren lijken van belang voor de mate waarin tijdens het ochtendoverleg wordt gediscussieerd over onderwerpen: de grootte van de redactie en de stijl van de voorzitter. Op een kleinere redactie als Oss wordt tijdens het ochtendoverleg meer inhoudelijk over onderwerpen gesproken dan op de grote redacties Tilburg en Arnhem, waar veel tijd wordt besteed aan het nalopen van een lange lijst onderwerpen of het opsommen van bezigheden door redacteurs. In Oss haalt de redactie ook relatief veel foto-onderwerpen uit wat redacteurs onderweg naar de redactie hebben gezien. Er staat tegenover dat de redactie in Oss het overleg ook weer niet lang wil laten duren omdat een relatief kleine redactie veel moet produceren.

Het voorzitterschap van het redactieoverleg drukt een stempel op de invulling van de overlegstructuur. Zowel binnen als tussen de cases Tilburg, Oss en Arnhem namen we verschillen waar. Op de redactie Oss werd meer inhoudelijk gediscussieerd onder voorzitterschap van de redactiechef dan wanneer de eindredacteur/coördinator bij ontstentenis van de chef het overleg leidde. Het overleg in Tilburg vormde het spiegelbeeld: de redactiechef liet weinig inhoudelijke discussie toe en gaf voorrang aan het tijdig afwerken van de lange agenda. Wanneer de coördinator/eindredacteur het overleg leidde, was er meer ruimte voor discussie. Op de redactie Arnhem gaf de redactiechef het vaakst aanzetten voor (korte) discussies, hetzij als voorzitter van het overleg hetzij als

³³ ‘De moeilijkheid van die eerste stap’, Gelderlander editie Veluwezoom-Oost, 15 mei 2012.

sidekick wanneer de coördinator het overleg leidde. Bij afwezigheid van de redactiechef beperkte de coördinator zich voornamelijk tot het afwerken van de agenda en het rondje wie-doet-wat.

Het reguliere overleg over nieuwsselectie op de editieredacties staat dus minder in het teken van het uitwisselen van ideeën, het aanboren van creativiteit, het uitlokken van tegenspraak en het bevorderen van opbouwende kritiek. Eerder is sprake van non-interventie: in het overleg bemoeien redacteurs zich amper met elkaars nieuwsonderwerpen, en de weinige keren dat het wel gebeurt, heeft het geen zichtbaar effect. Deze waarnemingen worden bevestigd in gesprekken met redacteurs. Er heerst onvrede over het weinig inspirerende redactieoverleg – een Tilburgse redacteur slaakte de verzuchting dat ‘de redactie hier als los zand aan elkaar hangt’ – maar men ziet geen mogelijkheid tot verbetering zolang de tijdsdruk en werkdruk alleen maar toenemen (zie § 4.3).

Overige overlegstructuren

Naast de reguliere overlegstructuren zijn er overlegvormen gevonden met een minder structureel karakter. Het gaat om:

- projectoverleg;
- brainstormoverleg;
- ad hoc-overleg.

Projectoverleg

Los van het ochtendoverleg, het wekelijkse overleg en de elektronische agenda die met de dagelijkse productie samenhangen, is een vierde overlegstructuur op editieredacties het projectoverleg. Zodra de redactie in een actueel onderwerp van gewicht of in een lokale/regionale ontwikkeling aanleiding ziet voor een brede journalistieke aanpak, kan zij besluiten er een project van te maken. Elke regioredactie zet wel enkele malen per jaar een project op; soms lopen er twee tegelijkertijd. Van elk van de redacties geven we een voorbeeld.

Projectoverleg op de redactie Oss legde de basis voor een reeks producties en activiteiten in de aanloop naar de tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen in november 2010. De redactie plande een serie grote interviews met alle lijsttrekkers, een serie analyses van lokale politiek, economische en ruimtelijke ontwikkeling en andere sectoren waarover politieke partijen uiteenlopende standpunten innamen, af te sluiten met een door het Brabants Dagblad te organiseren lijsttrekkersdebat in het gemeentehuis.

Voor de organisatie, uitvoering en multimediale verslaggeving van het lijsttrekkersdebat schakelde de redactie ook mensen van buiten de editieredactie in, onder wie een ervaren gespreksleider en studenten journalistiek van Fontys in Tilburg. Op de verkiezingsavond zelf zorgden Fontys-studenten eveneens voor de multimediale verslaggeving van BD in Oss.

Het projectoverleg in Arnhem betrof de voorbereiding en uitvoering van het jaarlijkse stadsdebat, een initiatief van De Gelderlander. De redactie verzorgde in de aanloop naar het debat een reeks artikelen over de leefbaarheid van de Arnhemse binnenstad; het stadsdebat zelf werd geleid door de Arnhemse redactiechef.

Het project in Tilburg betrof het gemeentelijke plan voor de ontwikkeling van de spoorzone, het gebied grenzend aan het centraal station. Nadat de gemeente de plannen in april 2011 bekend had gemaakt, vormde de BD-redactie een kleine projectgroep die een speciale bijlage voorbereidde en een website opzette over verleden, heden en toekomst van de spoorzone. Zo zou de krant een leidende rol spelen als forum voor ideeën voor de ontwikkeling van het stationsgebied.

In het projectoverleg komen alle genoemde functies van overlegstructuren aan bod: agendering, taakverdeling, pagina-, bijlage- en datumplanning en discussie over inhoud en aanpak.

Brainstormoverleg

Aan het projectoverleg in Tilburg ging brainstormoverleg vooraf. Tijdens het periodiek overleg van de Tilburgse algemene en stadsredactie rees de vraag hoe de redactie het spoorzoneproject zou aanpakken. Een van de redacteuren opperde eerst te brainstormen in het café, want ‘overleg in het café heeft altijd goede dingen opgeleverd, zoals de politieke rubriek Pluche. Laten we dat ook met de spoorzone doen.’

Brainstormoverleg kan bedoeld zijn voor het uiten en toetsen van journalistieke ideeën zonder dat al vast staat of ze tot iets concreets leiden. In Tilburg zien we hoe dit met opzet in een informele omgeving buiten de redactie gebeurt, en zonder regie van bovenaf. In dit geval kunnen we spreken van een aparte overlegstructuur. Daarnaast kan brainstormoverleg de eerste fase zijn in het opzetten van een redactioneel project, gericht op de ontwikkeling van ideeën en een voorlopige uitwerking van een thema. In dat geval maakt het deel uit van het projectoverleg.

Brainstormoverleg heeft ook op andere editieredacties plaats, veelal uitmondend in kleine projectteams binnen de redactie, die onderwerpen en activiteiten verder uitwerken.

Ad hoc-overleg

Naast de structuren van het dagelijks overleg, het periodiek (week)overleg en de agenda illustreert de onvoorziene publicatie van het manifest tegen het Kunstencluster – zie het verslag van een vergaderdag in Arnhem – een zesde structuur. In de loop van de dag neemt de redactiechef of de coördinator ad hoc-beslissingen die de eerdere planning van de krant omgooien. In het geval van het manifest kwam er amper overleg aan te pas, maar in andere situaties is er regelmatig kort overleg over keuzes inzake nieuwsselectie en nieuwspresentatie, zoals tussen redactiechef en de eindredacteur/coördinator stad.

Kort onderling overleg op de redactie vindt voortdurend plaats: niet alleen over de nieuwsselectie, ook over mogelijke bronnen in de nieuwsgaring en keuzes in alle overige fasen van het redactieproces. Dit gebeurt vooral tussen redacteurs onderling.

Hoe de nieuwsgaring in de dagelijkse praktijk verloopt, wordt besproken in de volgende paragraaf.

4.2 Structuren in de nieuwsgaring

In het nieuwsgaringsproces maakt de redactie gebruik van vele soorten bronnen. Een inventarisatie van drie weken op de redactie Tilburg geeft een indruk van de verscheidenheid aan bronnen die de redactie gebruikt voor de editieberichtgeving (zie *bijlage 7*).

In het nieuwsgaringsproces vinden we de volgende structuren:

- eigen waarneming en onderzoek;
- eigen netwerken van bronnen;
- institutionele bronnen;
- persberichten, voorlichters, pr-bureaus;
- internet, sociale media en andere hulpbronnen.

Combinaties van deze structuren leveren op hun beurt nieuwe structuren in de nieuwsgaring op. Het selecteren van nieuwsbronnen en het vergaren van informatie verlopen langs verschillende wegen. Redacteurs zoeken en raadplegen documenten, Wikipedia, nieuwssites en andere onlinebronnen, gebruiken hun netwerk aan contacten, tips van lezers en bronnen wier medewerking zij inroepen via sociale media. Zij wonen vergaderingen, demonstraties of de opening van een tentoonstelling bij, interviewen personen, staan vooraan bij een brand of zien fietsend door een wijk of dorp iets interessants. Dit zijn actieve vormen van nieuwsgaring. Of hun nieuwsgaring begint met een persbericht of document, en in

plaats van naar een vergadering te gaan, belt de redacteur achteraf of er nog nieuws in zat. Dit zijn passieve vormen van nieuwsgaring.

De dagelijkse praktijk is minder zwart-wit. Redacteurs combineren actieve en passieve vormen van nieuwsgaring. We ontdekken structuren in de nieuwsgaring op editieredacties, zoals de bronnennetwerken van journalisten en de toestroom van persberichten. Daarnaast wordt via internet en sociale media aanvullend naar bronnen gezocht.

Eigen netwerken

De netwerken van editieredacteurs zijn niet representatief voor de lokale gemeenschap als geheel; ze representeren vooral het georganiseerde deel van de samenleving. De meeste personen die deel uitmaken van de netwerken van redacteurs, danken dit aan hun functie in de instituties van overheid en politiek, het bedrijfsleven en de maatschappelijk-culturele sector. Gewone wijkbewoners en dorpelingen vormen een minderheid in de journalistieke netwerken.

Tussen institutionele bronnen en de redactie zijn de lijnen kort; redacteurs hebben vaak de 06-nummers van wethouders, gemeenteraadsleden, woordvoerders en vaste contactpersonen op hun mobiel, en vice versa. Quotes van professionele bronnen zijn snel en uit voorraad leverbaar, wat efficiënt is wanneer een redacteur ter completering van een artikel alleen een paar quotes nodig heeft. Sommigen houden ook contact via sociale media zoals Twitter.

In de plaatselijke politiek zijn er altijd wel mensen die de redactie interessante informatie toespelen, omdat ze op enigerlei wijze belang hebben bij openbaarmaking, hetzij vanwege het onderwerp, hetzij vanwege het handhaven van goede relaties met een verslaggever. Redacteur A07: 'Waar ik veel mee te maken heb, is dat de gemeente zaken onder de pet houdt. Omdat het politiek gevoelig ligt. Of, zoals bij grondkwesties, omdat er een derde partij bij is betrokken waarover de gemeente niets naar buiten wil zien komen. Dan moet ik het hebben van raadsleden en figuren rond de politiek die goed op de hoogte zijn. In de meeste gevallen is de raad zo lek als een mandje. Soms zeggen ze: je moet daar en daar zoeken. Of ze gooien een vertrouwelijk stuk over de heg.'³⁴

Het netwerk zorgt dus voor toegang tot interessante situaties of relevante informatie.

Het is niet altijd eenvoudig een netwerk op te bouwen in een journalistiek interessante organisatie, zoals in een geavanceerde proeffabriek voor flexibele

³⁴ Interview van RU-masterstudent P. van de Ven met redacteur A07, februari 2012. Verslag van observaties en interviews (niet uitgegeven).

zonnefolie, tot 2012 eigendom van Nuon. Redacteur A05, belast met onder meer economie: ‘Nuon leude al drie jaar met die proeffabriek. Het bedrijf open houden kostte jaarlijks tien miljoen euro. Ik wilde erover schrijven, maar journalisten kwamen er niet binnen. Tot Nuon besloot de proeffabriek op te doeken en de inventaris te veilen. Het personeel vocht de beslissing aan en er volgde een emotionele rechtszitting. Daar kon ik gelukkig bij zijn, en ik heb meteen van zoveel mogelijk werknemers de 06-nummers verzameld. Deze week is de fabriek op het nippertje gered, en Nuon is er nu opener over.’

Gesprekken met mensen uit hun netwerk leveren redacteurs regelmatig ideeën en afspraken voor andere onderwerpen op. Directe contacten blijken erg vruchtbaar voor vervolcontacten. Redacteur A17: ‘Ik sprak de directeur van het congrescentrum Papendal een paar maanden geleden over een ander onderwerp. Daarbij bracht zij een plan voor samenwerking van Papendal met het ROC ter sprake. Daar was ik in geïnteresseerd. We hebben toen afgesproken dat zij mij zou bellen zodra het rond was.’

Redacteur O8: ‘Vandaag was ik op een school die vrijdag open gaat na een lange renovatie. In een gesprek met de directeur gaf hij mij allerlei informatie die ik later kan gebruiken. Hij zei onder meer dat zijn school geen brede school wil zijn. Dat heb ik niet opgeschreven want dan praat hij misschien minder vrijuit. Maar over twee jaar bestaan de brede scholen in Oss tien jaar, en dan interview ik hem weer.’

Eigen netwerken zijn belangrijk in de nieuwsgaring. De redacteur weet wie hij over een onderwerp het best kan benaderen. Omgekeerd werkt het net zo: een bron wil informatie naar buiten brengen via de krant en zoekt contact met een redacteur die hij op basis van eerdere ervaringen vertrouwt.

Het netwerk is een tweezijdige relatie, waarbij men samenwerkt vanwege een gedeeld belang van journalist en bron.

Redacteur O8 in Oss: ‘Soms neemt een wethouder rechtstreeks contact met mij op om eens te praten. Het is een spel waar we allebei van profiteren.’ Twee voorbeelden:

Een wethouder in Tilburg heeft goed nieuws te melden over twee lokale onderwerpen met een lange voorgeschiedenis: de zorgelijke financiële situatie van voetbalclub Willem II en het behoud van gesubsidieerde zogeheten ID-banen. Zonder de onderwerpen te noemen nodigt hij een redacteur van het Brabants Dagblad uit voor een gesprek. Ze kennen elkaar goed. De verslaggever weet van tevoren dat het gesprek nieuws gaat opleveren, alleen nog niet wat. Het Willem II-verhaal wordt de opening van de algemene voorpagina van de volgende ochtend (zie p. 170), de ID-banen de opening van het Tilburg-katern.

Redacteur A03 in Arnhem: ‘Ik had een afspraak voor een benen-op-tafelgesprek met de directeur van een woningcorporatie, zoals we dat vaker doen. Tot mijn verrassing zat vrijdagochtend ineens de wethouder erbij. Ze hadden besloten het nieuws over een groot nieuwbouwproject in Presikhaaf naar buiten te brengen. Ze bezorgden mij een mooie primeur.’

In de netwerken van redacteuren zitten hun belangrijkste institutionele nieuwsbronnen. Ze weten elkaar gemakkelijk te vinden. Nog een voorbeeld uit Arnhem. Een woningcorporatie heeft de verloederde volkswijk Klarendal grondig gerenoveerd en nieuw leven ingeblazen als modekwartier. Een ondernemer die onder meer schoenen heeft geleend aan Lady Gaga en maatschoenen heeft ontworpen voor bekende Nederlanders, gaat er haar winkel en atelier officieel openen. De manager van de woningcorporatie stuurt de stadsredactie er een e-mail over. Niet alleen huizen corporatie en redactie in hetzelfde kantoorgebouw, de manager werkte voorheen op de Arnhemse redactie. Hij kent de weg in alle opzichten. Een stagiaire krijgt de opdracht, en enkele dagen later verschijnt op de stadspagina een interview met foto van de schoenontwerpster.

Voor wat hoort wat

Soms hebben de contacten tussen gemeentebestuurders en verslaggevers een ‘voor wat hoort wat’-karakter.

Een wethouder vroeg en kreeg de ruimte voor een artikel op de opiniepagina van de Osse editie. Enkele dagen na de publicatie werd de redactie uitgenodigd voor een persconferentie waarop wethouders van enkele Noordoostbrabantse gemeenten zouden reageren op een rapport over de geluidsoverlast door snelwegen in de regio. De redactie wilde over het rapport al op de ochtend van de persconferentie kunnen publiceren, maar de stageair op de redactie die de gemeentevoorlichter erover belde, kreeg geen informatie vooraf. De redactiechef besloot rechtstreeks de wethouder van het opinieartikel te bellen. Want, zei hij, ‘ik heb hem de vorige keer geholpen, laat hij nu maar eens over de brug komen.’

En inderdaad, de wethouder wilde vooraf wel wat kwijt. Vervolgens belde de chef de wethouders van de andere betrokken gemeenten. Die zagen geen bezwaar meer om in hun reacties vooruit te lopen op de persconferentie, nu zij hoorden dat een van hen dat toch al had gedaan. Zo kon de editie Oss twee dagen achtereenvolgende pagina openen met het onderwerp: eerst met het belangrijkste nieuws uit het rapport en de toelichtingen door de wethouders, de dag erop met meer details uit het rapport plus informatie uit de persconferentie.³⁵

³⁵ ‘Te veel geluidsoverlast A50 en A59’. Brabants Dagblad, 18 november 2010; ‘Met 100 km/u van Oss naar Wijchen’. Brabants Dagblad, 19 november 2010.

Netwerken aan elkaar knopen blijkt eveneens vruchtbaar. Een redacteur in Tilburg maakt namens de krant deel uit van Kermis FM, een vrijwilligersorganisatie die tijdens de jaarlijkse kermis radiouitzendingen verzorgt. De radio gebruikt nieuws uit het Brabants Dagblad. Een andere redacteur organiseert niet alleen namens de krant stadsdebatten over actuele thema's, hij is als enige journalist lid van Tilburg Debat, waarvan ook vertegenwoordigers van gemeente en met maatschappelijk leven deel uit maken. Daar hoorde de redacteur dat er vertrouwelijk overleg met de gemeenteraad over de spoorzone zou komen. Hij mocht daar niet bij zijn, maar ter compensatie kon hij wel als eerste een gesprek met de wethouder en de project-ontwikkelaar voeren en publiceren.

In het samenspel van redacteurs en de bronnen in hun netwerk nemen de betrokken partijen afwisselend het initiatief. Illustratief is de berichtgeving rond de voorgenomen sluiting van de laatste vijf Tilburgse wijkcentra.

Casus Tilburgse wijkcentra

Nadat eerder al een aantal wijkcentra in Tilburg was gesloten en een deel van hun activiteiten was overgenomen door zogenoemde Multifunctionele Accommodaties, nam het college zich voor ook de resterende vijf wijkcentra te sluiten. Volgens de gemeente zou dit een besparing van meer dan een half miljoen euro opleveren. Wijkbesturen en bezorgde bewoners bestreden op grond van eigen exploitatiecijfers de bewering van de gemeente dat de wijkcentra met verlies draaien. Zij vroegen de gemeente om inzage in de werkelijke kosten en baten, maar dat werd geweigerd omdat die gegevens uit oogpunt van economisch belang vertrouwelijk zouden moeten blijven. Een BD-verslaggever die de gegevens opvroeg, kreeg slechts een A-4tje met summiere gegevens.

Met hulp van raadsfracties van de oppositie en wijkbesturen, aangevuld met gegevens van onder meer het kadaster over de oorspronkelijke prijs van grond en gebouwen, verzamelde de verslaggever een aantal weken zoveel mogelijk informatie om te zien wat en hoe de gemeente aan de sluiting zou verdienen. Zijn onderzoek leverde aanwijzingen op dat het de gemeente – die zoals veel andere gemeenten zwaar verlies lijdt op het eigen grondbedrijf – mede te doen was om de verkoop van de grond.³⁶

Op basis van eerdere berichtgeving over het onderwerp en interviews met de betreffende verslaggever reconstrueren we het samenspel van journalistiek en bronnen. Het onderwerp wijkcentra en Multifunctionele Accommodaties speelde al langer, maar ging eind 2010 een nieuwe fase in toen het Tilburgse college besloot op termijn alle wijkcentra te sluiten. Dit leidde tot berichtgeving in het BD en opwinding bij raadsleden van oppositiepartijen, wijkbesturen en bewoners. In analyses zette de redactie de gemeentelijke plannen in een

³⁶ 'Strijd tegen sluiting wijkcentra verhardt' en 'Cijfers verhullen hoeveel de buurthuizen kosten'. Brabants Dagblad, 18 maart 2011.

breder context. Met het voortduren van de onduidelijkheid over wat de buurthuizen kosten besloot de verslaggever de financiële kant van de zaak en de mogelijke motieven van het gemeentebestuur met hulp van betrokkenen uit te zoeken. De verantwoordelijke wethouder had intussen besloten een deel van de raad vertrouwelijk in te lichten over de werkelijke waarde van de wijkcentra, maar na de publicatie in de krant – drie dagen vóór het geplande overleg – stelde hij het overleg uit.

In dit voorbeeld greep de journalist de teugels toen de strijdende partijen – gemeentebestuur versus maatschappelijk middenveld en wijkbewoners – in een welles-nietes-stelling waren terechtgekomen.

Dat het samenspel van journalistiek en institutionele bronnen in veel gevallen een symbiotisch karakter heeft, wil niet zeggen dat redacties geen ruimte zouden hebben om ook niet-institutionele bronnen te benaderen die relevant zijn voor een nieuwsonderwerp. Soms leidt dit tot fricties, zoals in de berichtgeving over spanningen in de Arnhemse volkswijk 't Broek. De informatie in deze casus is gebaseerd op interviews met de betrokken redacteurs en publicaties in De Gelderlander.

Casus 't Broek Arnhem

Een steekpartij in een woning in de wijk 't Broek op een zaterdagmiddag in januari zorgde voor veel opschudding. Een groot deel van de wijk liep uit om iets te kunnen zien van de nasleep van het misdrijf, waarbij een jongen zijn vijftienjarige ex-vriendin Winsie Hau en haar vader neerstak. Het meisje zou enkele dagen later aan haar verwondingen overlijden. De zaak werd later landelijk bekend als de Facebookmoord, omdat de vriendinnen van het meisje vóór en na de moord intensief informatie uitwisselden via Facebook.

Door het grote aantal mensen en het rondzingen van de wildste geruchten liepen de spanningen direct na het incident hoog op. Het leidde een paar keer tot vechtpartijen, zelfs op honderden meters afstand van de plaats van het misdrijf, noteerde een stadsredacteur die weekenddienst had.³⁷

Wat was de achtergrond van die vechtpartijen, en was er een verband met de fatale steekpartij in de woning, vroeg redacteur A07 zich af. De redacteur, die de wijk al meer dan twintig jaar goed kent, wist dat de problemen in de wijk beperkt blijven tot een paar straten en veroorzaakt worden door enkele als crimineel bekend staande families. Een deel van hen heeft zijn wortels in het voormalige woonwagenkamp, een ander deel bestaat uit import, zoals de Broekers hen aanduiden. Om conflicten te voorkomen ontlopen de families elkaar op straat zoveel mogelijk, wat 's winters eenvoudiger is dan op warme zomerdagen. Maar doordat ook de rivaliserende families na de steekpartij elders in de wijk de straat op gingen,

³⁷ 'Onrust na steekpartij in woning 't Broek', De Gelderlander, 16 januari 2012.

raakten ze prompt slaags. Met de steekpartij in de woning hield het geen verband, zo bleek de redacteur uit navraag bij zijn contacten die in 't Broek wonen en werken.

Het beeld van een wijk die al jaren kampt met een haard van sociale spanning en criminaliteit, contrasteert met het officiële wijkbeeld van de gemeente. 't Broek is als zogenoemde Vogelaarwijk of krachtwijk voor enkele miljoenen opgeknapt en oogt een stuk netter dan voorheen. Het aantal aangiften vanuit de wijk bij de politie daalde de afgelopen tijd juist. 'Eigenlijk is het de laatste tijd ontzettend rustig in de wijk', aldus een opbouwwerker.³⁸

A07: 'In 't Broek zijn maar een paar straten waar het altijd trammelant is. Het wijkplatform hoor je daar niet over. Daarin zitten alleen de nette bewoners.' Bij de gemeente en plaatselijke instanties overheerst het beeld dat 't Broek op de goede weg is. A07: 'De gemeente brengt het beeld naar buiten dat de wijk sterk verbeterd is. Maar ja, je kunt wel huizen verbeteren maar geen mensen.'

Broekers vormen een gesloten groep. Het is ons kent ons, aldus de redacteur. 'Je komt er niet even binnen met een SBS-camera, want dan wil niemand iets zeggen. Ze kijken wel uit, want je bent in die buurt al snel een verrader.' Om erachter te komen wat er werkelijk speelt in de wijk, zochten de redacteurs A07 en A05 de bronnen in hun netwerken op. Hun bronnen zijn mensen die in de wijk wonen en werk(t)en, onder wie een wijkbewoner die A07 bij toeval trof op een supportersbijeenkomst in Gelredome en die een belangrijke bron bleek te zijn.

A07 hoefde naar eigen zeggen niet lang te zoeken om het verhaal boven water te krijgen. Op voorwaarde van anonimiteit vertelden zij dat inbrekers uit de wijk hun slachtoffers intimideren, waardoor de gedupeerden geen aangifte doen. Ze weten wie de daders zijn, maar niemand durft er iets van te zeggen. Men regelt het onder elkaar. Wie naar de politiewijkpost zou stappen, kan een steen door de ruit verwachten, of erger.³⁹

Na de vechtpartijen in januari hadden buurtbewoners dit ook al verteld tegen enkele raadsleden die in de buurt waren geweest. 'Maar bij burgemeester en wethouders krijgen ze bar weinig voet aan de grond. Die hebben het liever niet over het diepere sociale probleem', aldus A07. De gemeente bleek niet op de hoogte van intimidatiepraktijken door inbrekers, en ten tijde van de onlusten werkten geen eigen wijkagenten in 't Broek.⁴⁰ Volgens een raadslid wiens ouders en familie in 't Broek wonen, zitten jongeren in de wijk niet op school maar vooral in de criminaliteit. 'De gemeente verbloemt dat liever.'⁴¹

De verslaggevers merkten dat het gemeentebestuur onaangenaam was getroffen door de publicaties in De Gelderlander. Volgens A07 vond men dat de krant de kwestie sterk overdreef en opklopte. Tegelijkertijd deelde de gemeente mee de problemen in de wijk al lang te volgen. De politie bereidde de aanhouding van een aantal criminele verdachten voor

³⁸ De Gelderlander, 17 januari 2012.

³⁹ 'Anoniem klagen uit lijfsbehoud', De Gelderlander, 7 februari 2012.

⁴⁰ 'Intimidatie was ons onbekend', De Gelderlander, 10 februari 2012.

⁴¹ 'Het Broek is tikkende tijdbom', De Gelderlander, 8 februari 2012.

en men vond het lastig dat de krant 'er doorheen fietste', aldus A07. Eind maart arresteerde de politie vijf Arnhemmers in verband met de woninginbraken.

Terwijl de gemeente naar buiten toe het beeld vestigde bovenop de ontwikkelingen te zitten, hoorden de redacteurs van hun bronnen binnen het gemeentebestuur en politiekringen dat het gemeentebestuur pas door de publicaties in De Gelderlander in actie was gekomen. De politie mocht er geen mededelingen over doen, want het gemeentebestuur nam de regie en wenste dat er met één mond zou worden gesproken.

Na het blootleggen van misstanden in 't Broek probeerden A07 en A05 zicht te krijgen op de rol van gemeentebestuur en politie. Met een beroep op de Wet Openbaarheid van Bestuur wil De Gelderlander de beschikking krijgen over de correspondentie die gemeente en politie over de kwestie 't Broek hebben gevoerd. Volgens A05 zit de gemeente met het verzoek in haar maag. Volgens een woordvoerder zou de communicatie tussen gemeente en politie vooral mondeling zijn verlopen en niet schriftelijk zijn vastgelegd. Juni 2012 was nog niet duidelijk of de krant het WOB-verzoek zou doorzetten.

Persberichten

Het onderzoek op de BD-redacties Oss en Tilburg leverde aanvankelijk vooral aanwijzingen op voor de grote betekenis van netwerken waaruit verslaggevers putten voor nieuwsonderwerpen, tips en achtergrondinformatie. Uit gesprekken en reconstructies bleken op beide Brabantse redacties persberichten ook een belangrijke agenderende functie te hebben. Wat de redactie inhoudelijk met persberichten doet en hoe het selectieproces verloopt, is in de Brabantse cases niet systematisch gereconstrueerd. Beide aspecten, de rol van persberichten in het journalistieke proces en de betekenis van netwerken van verslaggevers voor de selectie van nieuwsonderwerpen, nieuwsgaring en nieuwsproductie, zijn vervolgens wel systematisch onderzocht op de Gelderlanderredactie Arnhem.

Het gebruik van persberichten door de redactie is nagegaan langs twee sporen. Het ene spoor begint bij het aanbod van persberichten die op de redactie binnenkomen, en laat zien wat er in de opeenvolgende beslissingen mee gebeurt. Uit dit deel van het onderzoek blijkt dat het journalistiek meest relevante deel van de persberichtenstroom niet loopt via het collectieve redactie-emailadres maar via de emailadressen van individuele redacteurs. Een voordeel ervan is dat veel persberichten zonder omwegen bij de juiste redacteur belanden; een nadeel is dat niemand op de redactie zicht heeft op wat er precies aan persberichten binnenkomt.

Het tweede spoor neemt de belangrijkste nieuwsonderwerpen in de krant van de dag als vertrekpunt en reconstrueert welke nieuwsoverwegingen een rol hebben gespeeld en welke bronnen ervoor zijn gebruikt. De beschrijving van de onderzoeksresultaten is opgenomen als *bijlage 8*.

Navraag naar de totstandkoming van de belangrijkste nieuwsonderwerpen gedurende drie weken op de groot-Arnhemse editiepagina's laat zien dat een derde van deze producties het initiatief was van redacteurs, een derde het initiatief van een bron. Van de overige producties was de helft het resultaat van coöperatie en afspraken tussen redacteur en bron, voor de andere helft was een nieuwsgebeurtenis de directe aanleiding. Alle geplande nieuwsgebeurtenissen gaan als regel vergezeld van een persbericht. Tussen de twee meest voorkomende genres, het nieuwsartikel (zoals de opening van het editiekatern) en het interview, is er een duidelijk verschil wie er het initiatief voor heeft genomen: bij de prominente nieuwsartikelen is dat meestal de bron, bij de interviews meestal de redacteur (zie *bijlage 9*).

Persberichten van gemeentebestuur, raadsfracties, plaatselijke instellingen en organisaties spelen een belangrijke rol in de agendering van nieuwsonderwerpen. De helft van de nieuwsartikelen in de Arnhemse stadseditie is geïnitieerd of begeleid door een persbericht. Bij andere journalistieke genres als interviews en achtergrondartikelen is de rol van persberichten minder groot.

Het kan erop wijzen dat de verslaglegging van de plaatselijke actualiteit in aanzienlijke mate wordt gecreëerd of aangestuurd door persberichten. Maar de dagelijkse praktijk wijst eerder op een professionele opvatting van regio-journalisten over de gemeentelijke overheid als centrale instantie die 'alle beslissingen neemt die mensen raken' (Pleijter et al., 1997: 294), gekoppeld aan een hoge mate van overeenstemming tussen voorlichters en journalisten over de relevantie van nieuwsonderwerpen. Hierbij bejiveren voorlichters zich de journalistiek 'tegemoet te werken'. Journalisten en voorlichters delen ook dezelfde nieuwswaarden (Shoemaker & Cohen, 2006).

De inhoudelijke bijdrage van persberichten aan de nieuwsproductie is wisselend. In de Arnhemse stadseditie is het aantoonbaar gebruik van externe persinformatie als eigen redactionele berichtgeving beperkt. Vrijwel altijd gebruikt de redactie voor haar berichtgeving meer bronnen dan alleen het persbericht. Regelmatig is het persbericht een kapstok waaraan de verslaggever zijn eigen bronnenselectie en berichtgeving hangt. Daarnaast dienen persberichten als geheugensteuntje voor de redactie om te zijner tijd over een onderwerp te berichten.

Het deelonderzoek naar persberichtenstromen brengt twee structuren aan het licht. De persberichten die rechtstreeks naar redacteurs gaan vanwege hun specialisme, liggen in het verlengde van de professionele netwerken van deze redacteurs. Persberichten en netwerken zijn in dit geval geen afzonderlijke structuren in de nieuwsgaring; persberichten faciliteren de bestaande netwerken. In een tweede

structuur binnen de nieuwsgaring dragen persberichten juist bij aan de formalisering van de relaties tussen redacteurs en hun bronnen. Zo is de voorheen vaak informele wijze waarop politieverslaggevers via voorlichters en dienders aan informatie kwamen, nagenoeg geblokkeerd door het gecentraliseerde voorlichtingsbeleid. Redacties moeten het doen met persberichten op openbare websites, waarop de politie als regel geen aanvullende informatie verstrekt aan afzonderlijke redacteurs en nieuwsmedia. Op de spanningen waartoe dit beleid aanleiding geeft, komen we terug in de volgende paragraaf.

Persberichten die uitsluitend een gebeurtenis aankondigen, worden zelden gecheckt. Toen dit in Arnhem toch gebeurde omdat de verslaggever de betrouwbaarheid wilde controleren, had de afzender niet op kritische vragen gerekend. Het bericht zou nooit de krant halen.

Een doodlopende wandeltocht

Het ‘volgen’ van persberichten is een hachelijke onderneming gebleken. Een enkele keer raakte ik het spoor bijster, zoals bij een persbericht over een wandeltocht in het kader van de actie ‘Gekste dag’. De actie was bedoeld om vijf goede doelen te sponsoren; een van de goede doelen was zelf betrokken bij de organisatie van de wandeltocht en afzender van het persbericht.

De coördinator Arnhem stad stuurde het bericht door naar redacteur A06. Die vond het meer op de weg liggen van redacteur A11 en stuurde het naar hem door. Maar A11 kon zich achteraf niet herinneren dat hij het persbericht ooit gezien had. Hier stokte het aanvankelijk.

Anderhalve week later dook het persbericht opnieuw op, ditmaal bij redacteur A04. Blijkbaar had de enigszins ongeduldig geworden organisator het nog eens naar de stadsredactie gemaaild. A04 verbaasde zich over het feit dat de organisator van de wandeltocht tevens als goed doel gesponsord wilde worden en stelde hem telefonisch enkele vragen over kosten en baten. A04: ‘Ik dacht: laat ik eens bellen. De eerste de beste student die een website maakt, kan zich tegenover ons voordoen als goed doel. Hoe vaak controleren we dat eigenlijk? Hoe vaak tuinen we erin?’

De organisator had haar kritische vragen niet verwacht en liet dat ook blijken. A04 maakte een bericht waarin zij de informatie uit het persbericht en de summiere aanvullende gegevens uit het telefoongesprek verwerkte. Door onbekende oorzaak kwam het bericht niet in de krant. Zij kon het ook niet meer achterhalen.

De streekredacties leunen inhoudelijk sterker op persberichten. Door het geringere aanbod van nieuwsonderwerpen ligt de drempel er lager. Het aandeel van serviceachtige berichtgeving is hoger, en hierin voorzien met name persberichten die door

de redactie worden bewerkt of als opstapje worden gebruikt voor interviews en leesverhalen.

Internet en sociale media

Internet is voor de editieredacties een belangrijke bron voor nieuws, achtergrondinformatie en suggesties voor onderwerpen. Zo maakt de helft van de redactie Tilburg dagelijks vier uur of meer gebruik van internet. Bijna alle redacteuren zoeken en vinden via internet nieuwe informatiebronnen en deskundigen. Driekwart van de redactie komt door internet op ideeën voor een nieuwsonderwerp. Eveneens driekwart volgt dagelijks via internet concurrerende media; de helft haalt er elke dag ook achtergrond- en service-informatie uit. De meeste redacteuren raadplegen regelmatig persberichten via internet en zoeken er naar bruikbare afbeeldingen en illustraties. Dit blijkt uit interviews en uit een vragenlijst die redacteuren in Tilburg is voorgelegd.⁴²

Websites van overheidsinstanties, andere nieuwsmedia en non-profitorganisaties vindt de grote meerderheid van de redactie betrouwbaar. Minder vertrouwen hebben redacteuren in de informatie op websites van gewone burgers, politieke partijen en belangengroepen.

Het aanboren van kennis en ervaringen van lezers gebeurt op editieredacties langs verschillende wegen. Oproepen in de krant en op de site om lezers te laten reageren zijn al langer gebruikelijk; als bron voor tips, nieuws en contacten waren sociale media, met name Twitter en Facebook, ten tijde van de observaties in opkomst maar nog geen algemene praktijk op de editieredacties. Ongeveer de helft van de redacteuren maakte er beroepsmatig gebruik van.

De redactie gebruikt sociale media vooral voor het verzamelen van informatie, ideeën en tips, het onderhouden van contacten met informatiebronnen en het communiceren met burgers. Als belangrijkste voordelen zien zij de snelheid van Twitter, de bereikbaarheid van bronnen en het peilen van meningen. Overigens gebruiken redacties Twitter veel vaker om tweets te lezen dan om zelf tweets te plaatsen.⁴³

Specialisten als onderwijsredacteuren en politiever slaggevers volgen op Twitter een groot aantal personen en instanties uit hun sector; zij stellen ook vragen aan

⁴² Ch. van Hek, 'Multimediaal? Crossmediaal? Praktijkproject Brabants Dagblad' (2012). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

⁴³ Van Hek: *ibid.*; B. Hovens, 'Look out honey, 'cause I'm using technology.' Journalistiek en Twitter' (2011). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

hun volgers, zoals ‘wie meldt mij ervaringen met het vervoer van gehandicapte scholieren?’ Het volgen van een wethouder of een topman uit het hoger onderwijs leverde de redactie in Tilburg enkele malen de opening van het editiekatern op. Politieverslaggevers in Tilburg en Arnhem volgen agenten uit stad en regio, waardoor zij regelmatig eerder op de hoogte zijn van gebeurtenissen dan via de officiële kanalen.

In Arnhem kon de politieverslaggever kort na de moord op Winsie Hau – zie casus ‘t Broek – via Facebook en Twitter het berichtenverkeer tussen haar vriendinnen volgen. Zij lieten elkaar weten bij wie de politie langs was geweest, wat er bij hen in beslag was genomen en of ze zelf waren verhoord. Zo kon de verslaggever al snel het netwerk van vriendinnen die direct of zijdelings bij de planning van de moord betrokken waren, in kaart brengen. Doordat de politie aanvankelijk geen ervaring had met Facebook, had de verslaggever van De Gelderlander dagenlang een informatievoorsprong.

Redacteuren gebruiken Twitter allen op ongeveer dezelfde wijze, en passen het medium in de gangbare routines met betrekking tot het gebruik van en het communiceren met bronnen.⁴⁴ Het werken met sociale media leidt niet tot andere routines maar tot een uitbreiding van bestaande. Op de redactie Oss bijvoorbeeld, waar Twitter pas vrij kort vóór de observatieperiode als redactie-instrument in zwang was gekomen, speelde het Twitterverkeer zich voor een belangrijk deel af tussen redacteuren en bronnen met wie zij via andere kanalen toch al contact onderhielden. Twitter is in dit opzicht weinig meer dan een extra communicatiekanaal. ‘Een extra stukje gereedschap’, zoals een redacteur in Arnhem het omschreef.

4.3 Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen in het nieuwsproces

Om beter zicht te krijgen op de dagelijkse afwegingen die redacteuren maken tussen verschillende belangen, gebruiken we de drie perspectieven op journalistieke kwaliteit (het professiemodel, het marktmodel en het burgermodel) uit hoofdstuk 2. Deze perspectieven kunnen praktische antwoorden bieden op dilemma’s die zich voordoen als, bijvoorbeeld de opvatting van redacteuren over wat de lezer wil en de productie-eisen van het mediabedrijf afbreuk doen aan de professionele maatstaven die de redactie aanlegt.

Als we uitgaan van de interviews waarin is gevraagd naar de kwaliteitsmaatstaven waaraan de editieberichtgeving moet voldoen, zetten redacteuren vrijwel zonder

⁴⁴ Hovens: *ibid.*

uitzondering de professionele en ambachtelijke waarden en normen van het vak voorop: onafhankelijkheid, objectiviteit, betrouwbaarheid, nauwkeurigheid, evenwichtigheid, fairness en transparantie, het scheiden van feiten en commentaar, het raadplegen van meerdere bronnen, het toepassen van hoor en wederhoor, en dit alles toegankelijk en foutloos opgeschreven. Als we moeten typeren wat zij het belangrijkste vinden, dan is duidelijk dat zij hun werk beschouwen en beoordelen vanuit de ideologie van het professionele model.

In de interviews en korte gesprekken met redacteuren voegen zij eraan toe dat niet-journalisten een minder scherp beeld hebben van professionele maatstaven en hoe die in de praktijk toe te passen. Voor de handhaving van deze maatstaven in hun werk oriënteren redacteuren zich daarom primair op hun mederedactieleden en op algemeen-journalistieke opvattingen.

Enkele redacteuren onderstrepen expliciet de waakhondfunctie en de gezaghebbende rol die de krant dient te vervullen, en de kritische journalistieke houding die hierbij hoort: ‘De macht in onze regio kritisch volgen en die zo nu en dan met publicaties in verlegenheid brengen.’ Trefwoorden: gezaghebbend, prikkelend, een baken’ (T04). ‘Het kritisch volgen van politici/bestuurders in onze regio moet topprioriteit blijven’ (O3). ‘Een regionale krant moet leidend zijn in het aanzwengelen van opinievormende discussies over thema’s in een stad’ (T05). ‘Een positief kritische grondslag. Een krant die zich niet met een kluitje in het riet laat sturen’ (A05). ‘Nodig is een kritische en analytische blik’ (T09).

Deze visie op waarden en de opdracht van krant en redactie past naadloos in het in hoofdstuk 2 geschetste professiemodel. Als andere functies die hier eveneens in passen, worden genoemd: de gidsfunctie – ‘de krant als duider van wat zij op cultureel gebied belangrijk vindt’ (A08) – en ‘de vertaalslag van ambtelijke, abstracte ontwikkelingen naar concrete gevolgen in de directe omgeving van onze lezers’ (T10).

Vrijwel alle redacteuren koppelen deze professionele waarden aan een lezersgerichte opdracht: de krant dient ‘zo eerlijk, volledig en zo snel mogelijk te berichten over zaken die in de directe omgeving van lezers plaatsvinden. Zowel de grote dingen (politieke verwikkelingen, economische bedrijvigheid) als de kleine dingen (opgebroken straten, inbraken in de buurt, jubilea van mensen die ze kennen)’ (O8), moeten in de krant naar voren komen.

Editieredacteuren zitten dicht op de lezers, voelen zich sterk met hen en de regio verbonden, en zien het als hun opdracht het liefst de gehele bevolking en het dagelijks leven in het editiegebied aan te spreken en te representeren.

Betrouwbaarheid is in hun visie ‘goed op de hoogte zijn wat er in stad of dorp speelt’ (A09, A14). ‘We moeten ons vereenzelvigen met de streek’ (A12). ‘Lezers verwachten vooral nieuws en human interestverhalen uit hun streek’ (A14). ‘Alle belangrijke gebeurtenissen in woonplaats en regio, leuke en interessante verhalen over zaken, ontwikkelingen en mensen. Ook het kleine, laagdrempelige nieuws mogen we niet veronachtzamen, gelet op de leeftijd van onze lezers. Deze berichten moeten wel kloppen maar hoeven niet te voldoen aan kwaliteitsmaatstaven. Het is service voor de lezer’ (O3). ‘Een compleet aanbod van het nieuws uit eigen woonplaats’ (T01). ‘Het nieuws dat bij de lezer het gesprek van de dag is, te vertalen in een licht populistische koers, maar wel van journalistiek onderscheidend niveau. Niet op de hurken, maar ook niet in de ivoren toren’ (A01). ‘De lezer verwacht harde nieuwsfeiten, maar ook dat de krant af en toe meejuicht met de regio als de voetbalclub kampioen wordt’ (O1). ‘De lezers willen hun krant graag zien als een welkome vriend die iedere dag langs komt, vooral met nieuws en nieuwtjes. Maar ook graag en vaak met iets verrassends, iets spannends, leuks, verstrooiend of met nuttige informatie’ (T16). ‘Onze lezers willen munitie voor gesprekken aan de keukentafel’ (O4). ‘Een goede mix van nieuws- en leesverhalen, af en toe wat luchtigs en niet al te moeilijk opgeschreven. Doe maar gewoon’ (T02).

Deze visie op de opdracht van de regiojournalistiek is te typeren als oriëntatie op de lezersmarkt met behoud van professionele maatstaven. Dit verklaart ook waarom editieredacties in de praktijk kiezen voor een brede nieuwsformule in plaats van een selectie van items gericht op verdieping, met een hiermee overeenkomende selectie van bronnen. Nieuwsselectie en nieuwsgaring zijn ingegeven door het streven naar compleetheid in berichtgeving over woonplaats en regio, een mix van hard nieuws en duiding, leuke verhalen, gezelligheid en service, met een overeenkomstige mix van journalistieke genres. Hetzelfde geldt voor de nieuwsdefinitie: deze omvat zowel alles wat mensen volgens de redactie *moeten* weten als alles wat mensen *willen* weten.

De praktijk van het nieuwsproces zoals wij die in paragraaf 1 en 2 van dit hoofdstuk hebben gepresenteerd, sluit bij deze keuze voor een brede nieuwsformule aan. De overlegstructuren zijn voornamelijk gericht op de realisering van een krant met een breed palet aan nieuwsgenres. En ook in de bronnennetwerken lijkt eerder een brede dekking van de georganiseerde samenleving dan de waakhond voor de democratie voorop te staan.

De editieredacties willen zoveel mogelijk lezers bedienen met groot en klein nieuws uit hun directe omgeving, en uit de dagelijkse selectie en planning van

nieuwsonderwerpen blijkt dat dit streven inderdaad leidend is. Het marktmodel lijkt dan ook in de dagelijkse praktijk dominant te zijn. Tegelijkertijd is de hang naar volledigheid en naar ‘van alles wat’, die op de redacties breed wordt beleden, omstreden, omdat dit het maken van duidelijke journalistieke keuzes bemoeilijkt. Het spoot ook niet met de Contourenschets Plus van de BD-hoofredactie en de ‘Verklaring van Doorwerth’ van de hoofredactie van De Gelderlander.

In de schriftelijke vragenlijst en in de interviews bleek dat een minderheid van redacteuren op elk van de editieredacties een tegenstrijdigheid ervaart tussen het streven naar duidelijke keuzes en verdieping vanuit een oriëntatie op professionele maatstaven en de praktijk van het bedienen van een brede lezersmarkt. Het merendeel ziet hierin echter geen tegenstelling. Integendeel, de kwaliteitsmaatstaven geven de berichtgeving in de krant en online aan de lezers een meerwaarde ten opzichte van andere regionale en lokale nieuwsmedia. In hun werkwijze opereren de redacties professioneel, in hun keuzes in de berichtgeving zeggen zij zich te laten leiden door wat lezers wensen en verwachten, zo luidt de meest gehoorde opvatting.

In de kwaliteitsmodellen uit hoofdstuk 2 is een onderscheid gemaakt in de wijze waarop redacties lezers benaderen: als burgers dan wel als consumenten. De eerstgenoemde benadering past in het burgermodel, de tweede in het marktmodel. De antwoorden van redacteuren laten zien dat zij geen onderscheid maken. Als expliciet wordt gevraagd of zij lezers primair als burgers dan wel als klanten/consumenten zien, komt uit hun antwoorden naar voren dat zij geen echte tegenstelling zien tussen beide hoedanigheden, althans geen tegenstelling die er voor hun dagelijkse keuzes en aanpak toe doet.

Het dagelijkse nieuwsproces vertoont nauwelijks kenmerken uit het burgermodel. Alleen in de bijzondere projecten zoals de gemeenteraadsverkiezingen, het debat over de leefbaarheid van de binnenstad en de ontwikkeling van de spoorzone, blijkt de dienstbaarheid aan de gemeenschap expliciet voorop te staan. Nieuwsverhalen worden zelden van onderop benaderd maar vrijwel altijd vanuit de instituties (zowel overheden als ondernemingen en maatschappelijke organisaties). De kwaliteitsmaatstaven die redacteuren zeggen te belijden, verwijzen ook niet naar het bevorderen van actief burgerschap en burgerparticipatie als journalistieke opdracht.

De deelvraag welk kwaliteitsmodel dominant is in het nieuwsproces, is hiermee beantwoord. De kwaliteitsmaatstaven die editieredacties in de praktijk hanteren, zijn georiënteerd op de lezersmarkt; de routines die de nieuwsgaring kenmerken, houden enerzijds verband met professionele opvattingen over wat relevante

bronnen zijn, anderzijds met de doelstellingen en beperkingen die de media-productie en -organisatie aan redacties oplegt. Die praktijk evalueren zij vanuit een professionele optiek. Vergeleken met het marktmodel en het professionele model komt het burgermodel het minst aan zijn trekken. Een civiele taak die verder gaat dan die van lezersgerichte professional, staat editieredacties niet voor ogen.

4.4 Spanningsvelden en dilemma's in nieuwsselectie en nieuwsgaring

In de voorgaande paragrafen zijn de uitkomsten van de observaties op de redacties ten aanzien van overleg, nieuwsselectie en nieuwsgaring gepresenteerd en zijn de perspectieven weergegeven die naar voren komen in interviews over het werk van de redactie. Als wij de twee soorten waarnemingen met elkaar confronteren, krijgen we zicht op de spanningsvelden die de dagelijkse praktijk van de nieuwsselectie en nieuwsgaring op de redacties een rol spelen.

Die spanningsvelden kunnen we indelen naar drie niveaus:

- de algemene werkcondities samenhangend met de eisen van de organisatie
- professionele problemen samenhangend met veranderingen in het werkveld
- de dominerende oriëntatie op de redactie.

De samenhang tussen deze drie probleemvelden is als volgt weer te geven: wat redacteuren op basis van hun professionele maatstaven als een wenselijke kwaliteit van hun werk beschouwen, krijgt te weinig aandacht, omdat die geheel wordt opgeslokt door de eisen van de dagelijkse werkpraktijk.

4.4.1 Spanningsvelden in het redactieproces: organisatie-eisen en -beperkingen frustreren de professionele autonomie

Tijdens de observaties op de redactie is van kritiek weinig te merken. Er wordt vooral hard gewerkt, al klinkt tussendoor soms een cynische grap van een redacteur. Maar in de interviews en in de antwoorden op de vragenlijst komt de (zelf)kritiek van redacteuren soms mild, soms onverbloemd en hard duidelijk naar voren.

Een veel geuite klacht die voor het nieuwsproces als geheel geldt, betreft de bezuinigingen in de organisatie – onder meer in de ondersteunende diensten – in combinatie met de toegenomen werkdruk. In hoofdstuk 3 is opgemerkt dat de editieredacties van het Brabants Dagblad in 2010 werden versterkt met het oog op uitbreiding van productietaken (meer paginaproductie, vullen en actualiseren van website, actief zijn op sociale media). Redacteuren dachten verschillend over de

vraag of die uitbreiding wel opwoog tegen de toegenomen veelheid van taken. Op editieredacties van De Gelderlander signaleerde men bijna unaniem een toename van taken bij een gelijkblijvende of zelfs verminderde redactiesterkte.

‘Met minder mensen ga je echt geen betere krant maken op meer speelvelden. Je kunt op de arbeidskosten van een krant niet aan de lopende band blijven snijden. Het houdt een keer op’ (A07).

‘De dagelijkse realiteit is steeds meer onderbezetting en bezuiniging’ (A06).

‘Ik zie de werklust toenemen, ook omdat er geen algemene ondersteunende afdelingen meer zijn. Verslaggevers zijn veel tijd kwijt met layout en regelingen’ (A05).

‘Historisch gezien is de journalistiek een vak waarin altijd al veel met elastiekjes en plakband aan elkaar hangt, en waarbij meer stoom en kokend water gebruikt wordt dan drukinkt. Daar zijn we aan gewend. Maar het wordt nu schrijnend. Met steeds minder mensen moeten we steeds meer doen, en dat komt de krant niet ten goede. Dat geldt in kwalitatief opzicht maar zeker ook in het maken van keuzes’ (A02).

Een breed gedeelde opvatting op de editieredacties is dat het streven naar kwalitatief onderscheidende berichtgeving die voldoet aan de eisen van de professie, vooral wordt gefrustreerd door productie-eisen en beperkingen in tijd en menskracht binnen de redactieorganisatie. Schema 2 in hoofdstuk 2 formuleerde dit spanningsveld als het belang dat de redactie hecht aan betrouwbare, geloofwaardige, evenwichtige berichtgeving tegenover het belang van de nieuwsorganisatie, waarin efficiënte productie binnen de strakke grenzen van tijd en productiecapaciteit voorop staan. De redactie wenst te werken volgens normen van *occupational professionalism*, maar voelt zich gedwongen te werk te gaan volgens normen van *organizational professionalism* (Örnebring, 2009).

Enkele redacteuren signaleren dat het tekort aan kwaliteit aan méér factoren ligt dan tijdgebrek, tekort aan mensen en eisen van de organisatie:

‘Dat het soms aan kwaliteit en energie ontbreekt, ligt ook aan de samenstelling van de redactie: vergrijzing, weinig geneigdheid tot verandering’ (A13).

‘Tijdsdruk, slordigheid, labbekakkerigheid, gebrek aan kwaliteit, afzonderlijk of in combinatie met elkaar, maken dat de krant minder goed is dan we zouden wensen’ (A01).

Uit de interviews komt het beeld naar voren dat werkcondities het de redacties niet mogelijk maken om zodanig te functioneren dat zij aan hun kwaliteitseisen kunnen voldoen.

4.4.2 Professionele problemen in de omgang met bronnen

De praktijk van de nieuwsgaring laat het belang zien van eigen netwerken van journalisten en hun bronnen. Zowel journalisten als bronnen hebben voordeel van een stabiele relatie. Maar er kunnen ook fricties optreden, als gevolg van het feit dat de journalist meerdere rollen vervult en de bronnen in zijn netwerk tegengestelde belangen bij publicatie hebben.

De casus 't Broek in Arnhem is er een voorbeeld van. In hun rol van waakhond namen de betrokken verslaggevers geen genoegen met geruststellende verklaringen van het gemeentebestuur dat men boven op de ontwikkelingen in de probleemwijk zat. Hun reeks kritische publicaties was gebaseerd op waarnemingen en oordelen van Arnhemmers die in de wijk wonen of de wijkproblematiek goed kennen. Het gevolg was een stroeve relatie met de gemeentelijke autoriteiten, die volgens de verslaggevers niet de bij herhaling gevraagde openheid van zaken gaven. In de emailcontacten tussen redactie en gemeentelijke voorlichtingsafdeling was van een verstoorde relatie overigens weinig te merken.

De rol van waakhond en die van objectieve verslaggever van gebeurtenissen en meningen van betrokkenen kunnen zorgen voor een spanningsveld, dat zich gemakkelijk kan vertalen in een selectief gebruik van het netwerk van bronnen door de verslaggever. Toch zal hij er in de praktijk veel aan doen om de relaties met al zijn bronnen open te houden, onder meer door consequent hoor en wederhoor toe te passen en in grotere zaken niet als eenling te werk te gaan, waardoor verslaggevers elkaar kunnen aanvullen en corrigeren.

De nieuwsbronnen waarvan editieredacteuren dagelijks gebruik maken, zijn voor het overgrote deel institutionele bronnen (zie § 4.2). Binnen de categorie institutionele bronnen vormen gemeentebestuurders een belangrijke subcategorie. Editieredacties en gemeentebestuurders kunnen vrijwel niet zonder elkaar. Voor editieredacties zijn gemeentebestuurders betrouwbare bronnen voor relevante informatie, zoals toelichtingen op besluiten en plannen.

De wekelijkse persgesprekken met burgemeester en wethouders bijvoorbeeld zijn vaste items voor editieredacteuren. 'Elk contactmoment met hen is belangrijk' (redacteur O3). Omgekeerd hechten gemeentebestuurders veel waarde aan (positieve) publiciteit in de krant als het leidende nieuwsmedium in stad en regio.

In de praktijk levert de relatie tussen regiojournalistiek en autoriteiten soms spanningen op, waarbij de onafhankelijkheid en de informatieopdracht van de regiojournalistiek in het geding kunnen komen. De onafhankelijkheid van journalisten en redacties ten opzichte van hun nieuwsbronnen is in schema 2 van

hoofdstuk 2 aangeduid als structurele autonomie. Het belang ervan ligt in de professionele waarden die er de ruimte door kunnen krijgen: onpartijdigheid, actualiteit, betrouwbaarheid, meerstemmigheid en relevantie. Op elk van de geobserveerde editieredacties deden zich incidenten en ontwikkelingen voor die de structurele autonomie onder druk zetten. Het eerste voorbeeld, in Tilburg, speelde zich af vóór de observatieperiode. De weergave van gebeurtenissen is gebaseerd op wat de redactiechef en betrokken stadsverslaggevers erover vertelden.

Journalisten gebruiken bronnen, maar zij lopen ook het risico door bronnen gebruikt te worden. In Tilburg ervoeren stadsredacteuren dit toen het LST-raadslid Smolders regelmatig in de clinch lag met burgemeester Vreeman⁴⁵ (vgl. Vreeman, 2011). Smolders benaderde verslaggevers afzonderlijk met uiteenlopende informatie, tips om iets uit te zoeken en beweringen over Vreeman en anderen. Verslaggevers wisten dat niet altijd van elkaar en hielden elkaar onvoldoende op de hoogte, waardoor ze tegen elkaar uitgespeeld dreigden te worden.

Als het Brabants Dagblad eens geen aandacht aan Smolders' vragen en suggesties besteedde, stapte hij naar Omroep Brabant of de NOS. Zagen die er nieuws in, dan meende de BD-redactie er alsnog over te moeten berichten. 'Smolders bestookte het college en ook ons met vragen', aldus de redactiechef. 'Als je de moeite nam het archief te raadplegen, bleek dat veel antwoorden al eerder waren gegeven. Toch kregen wij van de gemeente het verwijt dat de krant achter Smolders aan liep.'

Redacteuren kijken niet met vreugde terug op die roerige periode waarin ze door beide kampen werden beticht van partijdigheid. De stadsredactie had haar interne communicatie en coördinatie niet op orde.

In dezelfde periode raakten in Oss de verhoudingen tussen BD-redactie en het gemeentebestuur verstoord doordat de krant een onderwerp in de publiciteit bracht waarmee het gemeentebestuur in z'n maag zat. Het wekelijkse persgesprek leidde eind 2009 tot een botsing tussen het gemeentebestuur van Oss en de redactie.⁴⁶ Zoals alle plaatselijke media kreeg ook de BD-redactie de besluitenlijst van tevoren gemaild. Het viel redacteur O8 op dat een item over het plaatselijke schaats-evenement telkens werd doorgeschoven naar een volgende vergadering. 'Dat wees op problemen', aldus de redacteur. Hij kwam er door eigen nieuwsgaring achter dat het evenement afstevende op een tekort van tienduizenden euro's. O8: 'Wij zijn er toen over gaan schrijven. De gemeente beschouwde dat als een embargoschending.'

⁴⁵ Eind 2009 stapte burgemeester Vreeman op nadat er een onwerkbaar verhouding met de gemeenteraad was ontstaan. Kort daarop legde Smolders het raadslidmaatschap neer om gezondheidsredenen.

⁴⁶ 'Gemeente Oss dreigt BD om onthulling'. Villamedia, 27 oktober 2009.

Maar wij vonden, gesteund door de hoofdredactie, dat een embargo alleen geldt voor besluiten die nog even opgehouden moeten worden, en niet voor de besluitenlijst. Daarop stelde de gemeente ons voor de keus: het embargo respecteren of anders van tevoren geen agenda meer. Wij kozen voor het laatste. Het is een loze strafmaatregel, want de gemeente zet de lijst al van tevoren op de openbare site.’

De Arnhemse redactie van De Gelderlander had een moeizame relatie met burgemeester Krikke. Of de gevoelens wederzijds waren, is niet bekend, aangezien zij de publiciteit liever meed dan opzocht. In de kwestie ’t Broek – zie de vorige paragraaf – had de stadsredactie haar graag gevraagd naar haar rol als verantwoordelijke voor openbare orde en veiligheid, maar verslaggevers kwamen niet verder dan haar woordvoerder. Bij andere gelegenheden die verband hielden met haar portefeuille, speelden de frustraties over haar onzichtbaarheid op.

Zo kwam in een ochtendoverleg op de redactie het verbod van de burgemeester op de zogenoemde Zombiewalk van gemaskerde actievoerders door de binnenstad ter sprake. Welke argumenten had zij voor het verbod? A01: ‘Laat haar aan het woord.’ Een andere redacteur verwees naar de winkeliers die bij overvallen en bedreiging het recht in eigen hand hadden genomen of wilden nemen. Na een overval in winkelcentrum Kronenburg liet Omroep Gelderland mensen aan het woord, maar, aldus de redacteur, ‘we horen Krikke niet’.

A01: ‘We hebben al een paar keer vergeefs vragen gesteld. We moeten haar een laatste kans geven.’

In de weekvergadering kwam het onderwerp opnieuw ter sprake. De redactie vond een kritisch portret van Krikke nodig, ook met het oog op een eventuele nieuwe termijn als burgemeester.

Of het er alsnog van gekomen is, is mij niet bekend. Enige tijd later maakte Krikke bekend dat zij geen nieuwe termijn als burgemeester ambieerde.

In Oss dreigde even een tegenovergestelde situatie te ontstaan: een verslaggever wiens onafhankelijkheid op de proef werd gesteld door de vraag van een burgemeester om mee te werken aan een strafrechtelijk onderzoek.

Ambtenaren die zich klokkenluider noemden, stuurden in oktober 2010 een anonieme brief naar de Brabantse commissaris van de koningin, waarin zij een wethouder van de gemeente Landerd betichtten van belangenverstrengeling. Begin november werd de brief bezorgd bij de redactie van het Brabants Dagblad. Dezelfde week bleek dat enkele maanden eerder al een anonieme brief was verstuurd naar een van de fractievoorzitters. In die brief werd de nieuwe

gemeentesecretaris belangenverstrengeling verweten.⁴⁷ Uit de inhoud van de brieven kon worden opgemaakt dat ze door een of meer ingewijden waren geschreven.

Redacteur O3: 'In Landerd is de laatste jaren van alles aan de hand.'

Het college van B en W reageerde, fractievoorzitters reageerden, burgemeester en wethouders spraken met de verslaggever, en elke dag leverde het wel een vervolgbericht op. O3 schreef in een analyse: 'Er lijkt wel een probleem te zijn met de morele opvattingen over het bedrijven van politiek, maar wie daar de schuldige van is, blijft in het duister.'⁴⁸

Enkele dagen later, op een zaterdagochtend, vroeg de burgemeester de verslaggever telefonisch of hij de enveloppen van de anonieme brieven die bij de krant waren bezorgd, ter beschikking wilde stellen voor handschriftonderzoek. De verslaggever voelde zich ongemakkelijk bij dit verzoek – de goede relatie met het gemeentebestuur zal een rol hebben gespeeld – maar besloot na overleg met leidinggevende collega's in Oss en Den Bosch er niet aan mee te werken.

In deze voorbeelden komt een algemeen probleem van de regiojournalistiek naar voren. De belangen van journalist en bron zijn veelal sterk verweven en de afstanden zijn relatief kort, dus als de belangen in een zaak tegengesteld komen te staan, neemt de irritatie en kritiek op het functioneren van de redactie toe.

In elk van de voorbeelden kwam de structurele autonomie van de redactie onder druk te staan. De redactie Tilburg slaagde er niet in één lijn te trekken in de berichtgeving rond het raadslid Smolders en burgemeester Vreeman en wekte in de politiek gepolariseerde stad de indruk zich in haar berichtgeving niet onafhankelijk op te stellen. Speelden er in de controverse onderwerpen waarover de redactie op journalistieke gronden niet wenste te berichten en besteedden vervolgens andere media er wél aandacht aan, dan draaide de redactie de aanvankelijk journalistiek-onafhankelijke afweging terug en publiceerde men er alsnog over. Daarmee de indruk wekkend onder externe druk te zwichten.

Het gemeentebestuur van Oss zette de structurele autonomie van de BD-redactie onder druk door een principieel standpunt van de redactie over de reikwijdte van een embargo te bestraffen met een gedeeltelijke informatiestop. De redactie gaf geen krimp, mede omdat het slechts een papieren sanctie bleek.

De autonomie van een redacteur in Oss was eveneens in het geding bij het verzoek van de burgemeester van Landerd om mee te werken aan een strafrechtelijk

⁴⁷ 'Mysterieuze klokkenluider in Landerd'. Brabants Dagblad, 6 november 2010.

⁴⁸ 'Actie 'klokkenluiders' heeft schijn van lastercampagne'. Brabants Dagblad, 9 november 2010.

onderzoek naar de afzender van een anonieme brief die op de redactie was bezorgd. De redacteur moest kiezen tussen het behoud van zijn goede relatie met het gemeentebestuur en zijn onafhankelijkheid en betrouwbaarheid tegenover alle bronnen, inclusief potentiële klokkenluiders, en koos voor het laatste.

In Arnhem vertaalde de autonomie van de redactie zich in de groeiende wens om in de berichtgeving over kwesties met betrekking tot de openbare orde en veiligheid ook de positie van de verantwoordelijke burgemeester te belichten. Dat de burgemeester hier niet aan meewerkte, kon bij de buitenwacht de indruk wekken dat de redactie alleen maar over de incidenten berichtte en niet over de beweegredenen van het bevoegd gezag. Door de houding van de burgemeester leek de redactie zich niet onafhankelijk op te stellen. Tot frustratie van de redactie.

Om in de regionale journalistiek de structurele autonomie te kunnen handhaven moeten redacties zodanig zijn samengesteld dat zij strategisch met hun bronnen kunnen omgaan, zodat bij conflicten de relatie met de bron niet op het spel komt te staan. De relatie met bronnen is toch al aan verandering onderhevig door veranderingen in het werkveld, zoals de groei van communicatieafdelingen in organisaties en het gebruik van sociale media door bronnen.

Voorlichters, pr-bureaus en persberichten versus redactionele onafhankelijkheid

Voor de redacties kunnen institutionele bronnen gemeentebestuurders en managers van organisaties, bedrijven en instellingen zijn, maar in de praktijk hebben redacteuren dagelijks te maken met hun woordvoerders, voorlichters en pr-medewerkers.

Alleen al getalsmatig zijn voorlichters en pr-medewerkers belangrijker geworden. Redacteur O6: 'Laatst waren de voorlichters van de gemeente Oss hier op de redactie op bezoek. Ze waren met z'n elfen, wij met vijf.' Redacteur A04: 'Het ziekenhuis Rijnstate heeft een communicatieafdeling van 20 man, evenveel als deze redactie. En dan worden wij geacht al deze organisaties in Arnhem en omstreken kritisch en onafhankelijk te volgen.'

Ook in opstelling en werkwijze veranderde de lokale voorlichtingssector. Voorlichters posteren zich nadrukkelijk tussen de pers en de burgemeester, de wethouder, de ambtenaar of de directeur. 'Voorlichters en contactpersonen zijn erg belangrijk, zeker in het snelle nieuwsverkeer. Die mensen heb je nodig', zegt redacteur A07. 'Het heeft ook nadelen. Hun berichten hebben soms een propaganda-achtig tintje. En ze willen nog wel eens voor de deskundige ambtenaar gaan staan.'⁴⁹

⁴⁹ Interview Van de Ven, observatieverslag RU, februari 2012.

Gemeenteambtenaren zijn op afstand van de pers gezet. Vroeger checkten verslaggevers informatie regelmatig bij de betrokken ambtenaren, omdat die veel beter de details van onderwerpen kenden en vaak ook meer konden zeggen dan de verantwoordelijke wethouder. Nu zit de voorlichtingsafdeling ertussen. Formeel althans. Uit gesprekken met verslaggevers blijkt dat een aantal van hen toch nog steeds de doorkiesnummers van ambtenaren heeft en gebruikt. Redacteur O6: 'In Oss hebben we nog korte lijnen. Ik bel rechtstreeks met de betrokken ambtenaar. Ik ben hier al zo lang, ik ken al die mensen.'

Redacteur A14 kreeg van zijn gemeente een afschrift van een brief aan bewoners over het kappen van bomen in verband met de aanleg van een park. Er stond een telefoonnummer van een ambtenaar bij voor meer informatie. Hij belde de ambtenaar voor enkele feitelijke gegevens, en werd tien minuten later gebeld door de gemeentevoorlichter: de redacteur had de ambtenaar niet rechtstreeks mogen bellen.

Redacteur O8: 'Een jaar of tien geleden had je in Oss twee voorlichters. Toen kon ik in het gemeentehuis zonder iets te vragen de kamer van de wethouder of een ambtenaar binnenlopen. Tegenwoordig kom ik zonder afspraak niet verder dan de balie.'

De gevolgen van deze veranderingen voor de relatie met hun bronnen en de realisering van hun doelstellingen zijn niet eenduidig. De meningen op de editie-redacties zijn verdeeld. Sommigen zijn over het algemeen tevreden over het nuttige werk van voorlichters, met wie zij vaak informele contacten onderhouden. Zij begrijpen ook wel dat voorlichters bij gemeente of politie niet altijd kunnen zeggen wat verslaggevers willen weten. Ze respecteren elkaars rol, al botst het soms wel eens.

Een verslaggever die over het algemeen positieve ervaringen heeft met voorlichters, zegt één keer zo kwaad te zijn geworden dat hij het telefoongesprek met een voorlichter heeft afgebroken. 'De voorlichter vond dat ik de verkeerde vragen stelde. Maar daar ga ik altijd nog zelf over. Later hebben we het in het café bijgelegd, want je moet toch met elkaar verder.'

Een deel van de redacteuren neemt een tussenpositie in. O3 bestempelt de relatie met voorlichters als 'een eeuwigdurend gevecht. Ik heb er niet zoveel problemen mee. Het hoort bij ons vak. De voorlichting is wel geprofessionaliseerd. In de gemeentepolitiek speelt het nadrukkelijk een rol.'

Anderen zijn negatiever. Redacteur T07: 'Je kunt geen bedrijf meer bellen of je wordt verwezen naar de afdeling voorlichting.' Hij spreekt van een kankergezweel. 'Ondernemers schermen zich af. Vroeger kreeg ik veel gemakkelijker de directeur

van een bedrijf te spreken. Nu krijg ik een telefoniste die verwijst naar de voorlichter. Meestal zegt die ‘u wordt teruggebeld’. Maar gaat het om een onderwerp dat het bedrijf niet uit komt, dan belt de directeur niet terug, hoe vaak ik het ook probeer. Soms helpt het als ik zeg dat ik de volgende dag sowieso ga publiceren.’

Redacteur O6: ‘De redactie Oss kon bij meldingen van ongelukken en calamiteiten de politiemann voor de perscontacten in Oss bellen. Nu lopen alle perscontacten via Den Bosch. Gevolg: minder snelle informatie en meer terughoudendheid. Het is een ramp!’

De door meer redacteurs gedeelde kritiek is dat voorlichters naast hun faciliterende rol voor de media steeds vaker een sturende rol spelen. ‘Voorlichters doen steeds vaker aan beeldvorming. Bij positief nieuws weten ze ons te vinden, maar als wij informatie willen over een onwelgevallig onderwerp, houden ze je aan het lijntje’ (T01).

Een voorbeeld uit Arnhem: Redacteur A04 krijgt van de gemeente een persbericht over een nota met een hoog public relationsgehalte. Zij vraagt politiek redacteur A07 wat ze ermee moet. A07: ‘Als je de nota print, heb je een dik pak, en als je daar geen tijd voor hebt of het niet begrijpt, zegt voorlichting dat ze wel een interview met de wethouder voor je regelen.’ A04: ‘Dat hebben ze inderdaad al aangeboden.’

A07, later: ‘De gemeente hier stort een meuk aan blabla over je heen.’

A04 vindt dat de redactie zich in haar plaatselijke berichtgeving over het algemeen veel te afhankelijk maakt van de lokale overheid: ‘De weg naar het gemeentehuis is op de editie het meest bewandelde pad.’

‘Door de productiedruk worden persberichten vaak als basis voor artikelen gebruikt (meestal wel nadat ze zijn nagebeld) en is er te weinig ruimte om met echt hard nieuws te komen’, meent T05. ‘De dagelijkse krant verlaat zich nog te veel op persberichten en bouwplannen in de gemeentelijke vergunningsstukken.’

A14: ‘Ja, er worden ook persberichten overgetikt. Soms is dat wat mij betreft toegestaan – als het om onschuldige zaken gaat.’

A03 en A18 noemen voorlichting een plaag, ‘maar het is niet persoonlijk’. Tegelijkertijd verloopt het telefonisch en e-mailverkeer tussen redacteurs en voorlichters informeel en amicaal, ook als het om controversiële onderwerpen gaat. Hoewel gemeentelijke voorlichtingsdiensten over het algemeen actiever zijn geworden in het produceren van kant en klare persberichten, is in Tilburg en Oss het aantal persberichten van gemeentelijke voorlichtingsafdelingen verminderd, vergeleken met een tot anderhalf jaar geleden. Ze zijn selectiever geworden, en sturen nu vooral de berichten waarvoor ze echt aandacht in de krant willen hebben,

is de indruk van verslaggevers. ‘Overvoeren zou contraproductief werken’, denkt O1.

Voorlichters van de gemeente Arnhem produceren berichten in journalistieke stijl, die bestemd zijn voor zowel de wekelijkse gemeentepagina in het huis-aan-huisblad Arnhemse Koerier als de plaatselijke nieuwsmedia. Op de site van Arnhem-Dichtbij worden ze meestal woordelijk overgenomen. In De Gelderlander gebeurt dit maar weinig, zoals het persberichtenonderzoek in dit hoofdstuk laat zien. Volgens een redacteur houdt de gemeente Arnhem een lijst bij hoe vaak voorlichters erin slaagt een persbericht ongewijzigd in De Gelderlander geplaatst te krijgen.

De voorbeelden laten zien dat er op het terrein van voorlichting en public relations veel is veranderd, en dat de producenten van gestuurde, niet geheel onbaatzuchtige informatie als grondstof voor berichtgeving in regionale en lokale nieuwsmedia krachtiger zijn geworden vergeleken met de producenten van berichtgeving naar maatstaven van objectiviteit in onafhankelijke regionale en lokale nieuwsmedia. Maar betekent dit ook dat de structurele autonomie van editieredacties is verminderd?

Op basis van dit onderzoek is er geen uitspraak over te doen. Het ontbreekt aan goed vergelijkingsmateriaal. Oudere redacteurs wijzen er bovendien op dat de vroeger nog veelal krap bezette editieredacties blij waren met elk plaatselijke persbericht en daar ook ijverig gebruik van maakten.

In de omgang van redacteurs en voorlichters tekent zich een ambivalent patroon af. Een deel van de redacties koppelt een onverhuld antagonisme tegenover het fenomeen voorlichting en pr – ter ondersteuning van het streven naar instandhouding van de structurele autonomie – aan een pragmatisch en regelmatig gebruik van persinformatie en een niet zelden amicale omgang met voorlichters. De combinatie van antagonisme en symbiose heeft een curieuze vorm van structurele autonomie van redacties als resultaat.

Internet en sociale media versus de betrouwbaarheid van bronnen

Internet en sociale media hebben de toegankelijkheid van bronnen en de snelheid waarmee nieuwe informatie en bronnen kunnen worden gevonden, sterk uitgebreid. Maar op de editieredacties ziet men ook nadelen, die de journalistieke kwaliteit van het werk kunnen schaden. Zo onderschrijft ruim de helft van de redactie Tilburg de stellingen dat de journalistieke zorgvuldigheid afneemt door het gebruik van internet, en dat journalisten veel te gemakkelijk gebruik maken van informatie via internet. Zelf zijn ze veel zorgvuldiger, naar eigen zeggen, want de overgrote

meerderheid van de redactie zegt de oorspronkelijke bron te achterhalen van informatie die zij op internet vinden en die zij willen gebruiken.⁵⁰ Dit wijst op een spanning tussen de maatstaven van betrouwbaarheid en zorgvuldigheid die redacteurs zelf zeggen te handhaven, en de internetpraktijk zoals die blijkbaar door anderen wordt gehanteerd. Onduidelijk is of met die anderen ook collega's op de eigen redacties worden bedoeld; de interviews met redacteurs bevatten hier wel aanwijzingen voor.

Reserves bestaan op editieredacties ook ten aanzien van het gebruik van Twitter als nieuwsbron en communicatiemiddel. Op de redactie Tilburg hadden alle redacteurs in 2011 een Twitteraccount, maar slechts de helft maakte er daadwerkelijk gebruik van. Voor de andere helft waren de meeste genoemde redenen om Twitter niet te gebruiken dat men er het nut niet van in zag, en dat Twitter te veel zou afleiden van wat deze journalisten als hun hoofdtak zien: het checken van feiten en het schrijven van artikelen.

Op de redactie Arnhem van De Gelderlander noemden Twittergebruikers de grote stroom nutteloze informatie als voornaamste nadeel. Ze moeten zich door veel alledaags geneuzel van anderen worstelen. 'Het is wel een medium voor ijdel-tuiten', aldus een van hen. Een andere redacteur: 'Ik moet me concentreren op de samenleving, niet op herhaalde berichten. Als je niet oppast zit je de hele tijd te kijken naar de opflitsende berichten, en dan ben je niet meer met je werk bezig. Het vergt wat van de huidige journalist om de aandacht bij zijn werk te houden'.⁵¹

De omgang met bronnen is een centraal aspect van het journalistieke werk. Op het regionale niveau speelt dat nog sterker, omdat de omgang met een relatief beperkt aantal autoriteiten onvermijdelijk is. In die omgang spelen de eisen van algemeen belang (kwaliteit volgens het burgermodel) en waakhond van de democratie (kwaliteit volgens het professiemodel) soms een tegengestelde rol. Om daar goed mee om te kunnen gaan hebben redacties ruimte nodig om zich zodanig in onderwerpen te verdiepen dat zij een onafhankelijke positie ten opzichte van hun bronnen kunnen innemen. Het algemene gevoel op de redacties is dat zij zo'n positie te weinig kunnen innemen.

4.4.3 Spanningsveld op de redactie: oriëntatie op het werk of op de samenleving

Een door vrijwel iedereen genoemde klacht op de editieredacties is dat zij door tijdsdruk en productiestress routineuze keuzes maken in de nieuwsselectie en het

⁵⁰ Van Hek: *ibid.*

⁵¹ Hovens: *ibid.*

dagelijkse redactieoverleg niet gebruiken voor inhoudelijke afwegingen en discussie over de aanpak van onderwerpen.

‘We zeggen het voortdurend tegen elkaar maar doen het nooit echt: kiezen! Hoe bereiken we een omslag van de dagelijkse diarree aan twee- en driekolommers naar verdieping en duiding? Goed overleg binnen een goed georganiseerde redactie kan dit dichterbij brengen’ (T04).

‘We moeten keuzes durven maken, dat gebeurt nog te weinig. Er is te weinig inhoudelijke discussie, en de redactie is er niet op toegerust in organisatie en werkwijze’ (T03).

‘Over het algemeen kloppen onze artikelen feitelijk wel, maar het is de vraag of alle feiten ook voldoende naar boven komen, of dat de aanpak van het artikel de juiste is. Dat is niet altijd zo’ (O3).

‘De krant komt af en toe vrij vlak en saai over. Door een verrassende journalistieke aanpak zou dat anders kunnen. Journalistiek is niet automatisch opschrijven wat er gebeurt’ (T09).

‘We mogen wat vaker verrassend zijn’ (O2).

‘We moeten ons vaker kritisch afvragen: is dit wel nieuws?’ (A09)

Werkdruk en organisatie van het werk kunnen ertoe leiden dat potentieel mooie nieuwsonderwerpen blijven liggen:

‘Door drukte mis ik soms dingen die misschien best leuk waren geweest. Ik hoorde deze week dat een collega in zijn e-mailbak meer dan negenhonderd ongelezen mails heeft. Daar zullen ook best mooie onderwerpen tussen hebben gezeten’ (A12).

Niet alleen schiet het interne overleg over nieuwsselectie en de aanpak van onderwerpen te kort, ook het overleg met andere redacties. De redactie Oss stelde in een evaluatie van de Contourenschets Plus (2009; zie ook hoofdstuk 5) vast dat het overleg met de centrale redactie in Den Bosch en met de andere BD-edities te wensen over liet: ‘Er wordt nooit eens tussen Den Bosch en ons overlegd over de vraag of we over dit of dat onderwerp een verhaal moeten maken. Interactie met andere editieredacties zou er moeten zijn maar is er niet. Nog meer dan vroeger zijn de editieredacties eilanden die elk hun eigen krant maken’ (O3).

Met het oog op meer onderscheidende producties posteerde de hoofdredactie van De Gelderlander drie ervaren nieuwsdienstverslaggevers op de redactie Arnhem. Zij zouden er de grotere, dieper gravende, onderscheidende onderwerpen ter hand nemen waaraan behoefte bestond. Maar, aldus een van de drie, ‘van meet af aan

moesten we gewoon voor de dagkrant meeproduceren. Als je een paar dagen in een onderwerp steekt, zie je meteen scheve gezichten.’

Een op alle editieredacties klinkende klacht is verder dat zij door tijdgebrek en productiedruk slechts toe komen aan basale vormen van nieuwsgaring, die ontoereikend zijn voor het verschaffen van een informatierijke context, verdieping en achtergrond bij het dagelijkse nieuws. Met als gevolg dat de krant zich in toegevoegde waarde van de editie-inhoud minder onderscheidt van andere regionale en lokale nieuwsmedia dan redacteurs nodig en wenselijk vinden.

Een redacteur wijst bij de spanning tussen nagestreefde en gerealiseerde kwaliteit op de verwijdering tussen krant en samenleving: ‘De krant heeft geen fijnmazig netwerk tot in de haarvaten van de samenleving. Eerder is sprake van stevige aderverkalking. Burgers en professionals zoeken de krant minder op. Vaak hebben ze er ook niet meer zo’n hoge pet van op en verwachtingen van. Professionals zoeken of maken desnoods hun eigen platform’ (A04).

Redacties kiezen voor de kwantiteit, en maken dus eigenlijk geen journalistieke keuzes. Breed informeren, niets willen missen, wint het in de praktijk van verdieping en onderzoek:

‘Oppassen voor hamsterjournalistiek: van alles een beetje, uit angst iets te missen. Dus slecht uitgewerkt en oppervlakkig’ (A07).

‘De tijdsdruk is te groot voor verdieping en onderzoeksjournalistiek’ (T10).

‘Tijd om ergens diep in te duiken is er niet altijd’ (A21).

‘We moeten ons vooral concentreren op degelijke achtergrondverhalen en het overige nieuws als korte berichten brengen. In onze editie staan nog te veel tussenin-verhalen: twee- en driekolommers die in verhouding tot de inhoud te lang zijn’ (T02).

‘Te vaak is het nog een tweekolommertje tikken en wat obligate stukjes maken’ (T16).

‘De ruimte voor achtergrond en duiding is er zeker. Maar het zijn producties waar je iets meer de tijd voor moet nemen. Reflectie vergt simpelweg tijd. En die is er steeds minder’ (A08).

‘Meer kwaliteit door verdieping, zeker, maar dat staat op gespannen voet met toenemende werkzaamheden voor online. We moeten steeds meer presteren met hetzelfde aantal of minder mensen’ (T01).

‘Het nieuws gaat in de krant een kleinere rol spelen. Een regionale redactie moet leidend zijn in het aanzwengelen van opinievormende discussies over verschillende

thema's in een stad. In de krant en via internet. Met de krant lukt het tot op zekere hoogte' (T05).

'We moeten meer spitten, ons minder laten leiden door de waan van de dag, oppassen voor scoringsdrang. Nog meer onze eigen agenda bepalen. Achterdochtiger zijn. Toch nog maar eens uitzoeken hoe het nu echt zit, en er een paar bronnen bij zoeken' (A09).

Over de keuze voor breed dan wel diep informeren bestaat binnen redacties verdeeldheid. Het is niet alleen uit tijdgebrek en productiedruk dat brede informatie in de praktijk de voorrang krijgt, ook omdat sommige redacteuren volledigheid als hun taak zien:

'De tijdsdruk is te groot voor verdieping en onderzoeksjournalistiek. 'Dan moet je durven kiezen' krijg je vervolgens als antwoord. Maar dat getuigt niet van begrip voor de dagelijkse praktijk. Streven naar volledigheid is ook een schone deugd. We horen het meteen van de lezer als we een evenement missen' (T10).

Redacteuren signaleren een spanning tussen wat regiojournalisten eigenlijk in het nieuwsgaringsproces zouden moeten doen en wat er in de dagelijkse praktijk van terecht komt:

'Te veel verhalen worden van achter het bureau geschreven, terwijl het juist voor regiojournalisten zo makkelijk is er even op uit te trekken en het onderwerp op te zoeken' (O8).

'Een keer door het dorp fietsen is er bijna niet meer bij' (O6).

'We rennen rond in de waan van de dag. Er is minder tijd om een onderwerp uit te diepen. We melden iets en komen er nauwelijks op terug. We gaan te weinig de straat op. Spreken steeds minder gewone mensen als bron voor een verhaal' (A05).

Deze opvattingen van de regiojournalisten ten aanzien van de redactionele oriëntatie laten een duidelijk beeld zien. Er heerst het sterke gevoel dat men niet toe komt aan de journalistieke verdieping die in de regionale context van belang is. Professionele doelen als het uitdiepen van onderwerpen en het verwerven van een informatiepositie die de redactie een onafhankelijke positie tegenover de autoriteiten kunnen verschaffen (waarden volgens het professiemodel), krijgen weinig aandacht en gaan verloren door de werkcondities van de alledaagse productie (waarden volgens het marktmodel). Het materiaal wijst op een kloof tussen wat men voorstaat en wat men dagelijks doet.

In schema 2 van hoofdstuk 2 zijn deze spanningsvelden omschreven als redactionele handelingsvrijheid versus het primaat van eisen en doelen van de nieuws-

organisatie, structurele redactionele autonomie versus structurele afhankelijkheid van nieuwsbronnen, eigen nieuwsgaring versus informatie uit de tweede hand, en redactionele oriëntatie op beroepswaarden versus oriëntatie op eisen en belangen van de nieuwsorganisatie. In de dagelijkse praktijk domineren routines, efficiency en productiegerichtheid in het nieuwsproces.

4.4.4 Conclusie: Schurende culturen binnen de redactie

Uit de paragrafen over het overleg, de nieuwsselectie en de nieuwsgaring op editieredacties wordt duidelijk dat er zich spanningen voordoen tussen wat er dagelijks gebeurt en dat wat volgens de journalisten zou moeten gebeuren. Voor een deel hangen die samen met wat in paragraaf 3 naar voren is gekomen: de regio-redacties formuleren hun missie in termen van een combinatie van het marktmodel en het professionele model, waarbij de breedte van de nieuwsvoorziening de diepte van de informatie in de berichtgeving regelmatig in de weg zit. Dit is deels een algemene spanning van beroepsbeoefenaren tussen wat men in theorie zou moeten en wat men in de praktijk kan doen (vgl. Hijmans, 1985).

In termen van kwaliteit kunnen we het algemene spanningsveld omschrijven als het verschil tussen wat individuele redacteuren op grond van hun professionele maatstaven beschouwen als wenselijke kwaliteit van hun werk en wat zij er in de dagelijkse praktijk binnen de redactie en de mediaorganisatie van kunnen realiseren.

We hebben gezien dat de journalisten deze frustratie in eerste instantie wijten aan algemene werkcondities die te maken hebben met de organisatorische veranderingen in hun werkomgeving. Daarnaast wijzen zij op hun werkveld waar de relatie met hun bronnen door de uitbreiding van communicatieafdelingen voor een deel sterk is veranderd. Dit soort veranderingen in de omstandigheden waarin de journalisten moeten functioneren, heeft gevolgen voor de gang van zaken op de redactie. Duidelijk is wel dat het niet alleen gaat om omstandigheden buiten de redactie, die tot aantasting van de kwaliteit van hun werk aanleiding geven. Immers, de belangrijkste factor die de kwaliteit van hun werk inhoudelijk beïnvloedt, is de positie van de krant in de samenleving. De redactie staat een krant voor ogen die tot in de haarvaten van de samenleving is ingebed en daardoor in de samenleving een centrale rol vervult om ontwikkelingen en problemen aan de orde te stellen. In hun ambities en missie combineren zij de kwaliteitskenmerken uit meerdere modellen, maar in de praktijk komen zij vaak niet verder dan basale vormen van nieuwsgaring.

Een interne bron van spanningen op de drie editieredacties waarover redacteurs pas na enig doorvragen spreken, is de latente tegenstelling tussen verslaggevers die de beeldbepalende verhalen en reportages selecteren en schrijven, en verslaggevers die vooral produceren om dag in dag uit de paginavakken te vullen. Van een formele taakverdeling is geen sprake, maar gevoelsmatig is er verschil in kwaliteit en relevantie. Beeldbepalende verslaggevers voelen zich ongemakkelijk bij de veelal onuitgesproken wrevel van collega's die geacht worden de dagelijkse productieklassen op te knappen, en omgekeerd is er enige verongelijkheid bij de productieklassers wanneer een collega een volle dag of meer de tijd neemt voor een onderwerp. 'Echt op zoek gaan naar nieuws is er niet bij. Er klinkt een hoop gemor als je een keer de tijd neemt voor een groter achtergrondverhaal. Dat schrijf je dus thuis in je vrije tijd in de avonden' (O6).

Wat het nieuwsproces betreft is de belangrijkste kwaliteitsconflict die tussen de eisen van het professiemodel waarbij reflectie en diepgang centraal staan en die van de dagelijkse praktijk waarin routine en breedte voorop staan.

In het volgende hoofdstuk staan de nieuwsproductie, het nieuwsproduct en de kwaliteitscontrole centraal. De resultaten worden gemeld aan de hand van dezelfde deelvragen als die uit dit hoofdstuk.

5 Het productieproces op editieredacties

In dit hoofdstuk bespreken we de planning en de resultaten van het multi- en crossmediale productieproces, het proces van kwaliteitsbewaking, de kenmerken van het dagelijkse pakket aan editieberichtgeving, en het proces van product-evaluatie op editieredacties. De structuren en kenmerken van proces en product duiden we kortweg aan als het productieproces.

De resultaten geven antwoord op de vragen uit hoofdstuk 2 met welke kwaliteitskenmerken het productieproces kan worden verbonden, welk kwaliteitsmodel erop van toepassing is, en hoe editieredacties omgaan met, en oplossingen zoeken voor, de spanning tussen kwaliteitsopvattingen en de dagelijkse productiepraktijk.

In § 5.1 gaan we na hoe editieredacties structuur geven aan de processen van productieplanning, productie en kwaliteitsbewaking, in § 5.2 bespreken we kenmerken van het product en de relatie tussen planning en product, en vergelijken we de berichtgeving in de krant met die op de site.

De algemene kwaliteitsopvattingen op redacties met betrekking tot het productieproces, uitgedrukt in waarden en oriëntaties, komen aan de orde in § 5.3. Het hoofdstuk besluit met de dilemma's en spanningsvelden in het productieproces die door redacteurs in concrete situaties worden ervaren en die in de observaties zijn bevestigd (§ 5.4).

5.1 Structuren in het productieproces

In het productieproces wordt de hoofdstructuur gevormd door het plannen en afronden van de dagelijkse editiepagina's van de krant. Daarnaast zien we als structuren in dit proces:

- flitsen naar de site en uitwerken van onderwerpen voor de krant: het individuele niveau van bijdragen schrijven;
- het tijds patroon van het actualiseren van de website;
- de kwaliteitscontrole.

Planning en afronding editiepagina

Het inventariseren van onderwerpen voor de dagkrant tijdens het dagelijkse ochtendoverleg is op de editieredacties in Tilburg, Oss en Arnhem de belangrijkste functie van het ochtendoverleg. Al tijdens of direct na het overleg krijgen deze nog te produceren of al geproduceerde onderwerpen door de eindredacteur een voorlopige plaats op een van de editiepagina's toegewezen. Het aantal te produceren editiepagina's met daarop ook de vaste rubrieken ligt per dag vast (zie hoofdstuk 3.5 beschrijving edities). Als een verslaggever al een idee heeft wat een nieuwsonderwerp voor de krant gaat opleveren, maakt de eindredacteur tijdens het ochtendoverleg in samenspraak met de verslaggever vaak al keuzes voor de plaats die het onderwerp in de krant kan krijgen, het genre (format) en de illustratiemogelijkheden.

Regelmatig wordt tijdens het ochtendoverleg de vraag gesteld of een onderwerp de opening van de eerste pagina kan worden, en of een onderwerp zich leent voor een samengestelde productie (een hoofdverhaal met begeleidende informatie. Een voorbeeld staat op p. 174-175). Deze keuzes bepalen de randvoorwaarden voor de productie van onderwerpen. Tevens kan 's morgens al vastgesteld worden voor welke pagina's en rubrieken items moeten worden geproduceerd of bewerkt.

Soms worden nieuwsonderwerpen een of meer dagen doorgeschoven omdat 'de krant al vol zit' of omdat er voor een van de volgende dagen weinig nieuwsaanbod is te verwachten. En hoewel inhoud en relevantie van nieuwsonderwerpen uiteraard van belang zijn, staat het ochtendoverleg vooral in het teken van productie- en paginaplanning.

Het proces van productieplanning komt op editieredacties in grote lijnen overeen, maar er zijn ook verschillen. De kleinere editieredacties Oss en de Arnhemse edities Renkum en Veluwezoom-Oost plannen tijdens en direct na het ochtendoverleg meer op concrete onderwerpen dan grotere redacties. Hun nieuwsaanbod is gewoonlijk minder ruim, zij moeten economisch met tijd en beschikbare verslaggeverscapaciteit omgaan, en de redactie wil niet het risico lopen in de loop van de middag nog op zoek te moeten naar een nieuwsonderwerp en een verslaggever die er tijd voor heeft. De grote editieredacties Tilburg en Arnhem hebben over het algemeen een ruimer aanbod aan nieuwsonderwerpen en artikelen waarmee de beeldbepalende vakken op de pagina's gevuld kunnen worden. Zij hoeven zich in normale nieuwsperioden met een normale bezetting niet zo snel af te vragen hoe zij de editiepagina's gevuld krijgen.

In de planning wordt in de loop van de dag geschoven, bijvoorbeeld omdat een onderwerp niet doorgaat, omdat zich ander belangrijk nieuws aandient of omdat

een naburige editieredactie een verhaal aankondigt dat ook voor de eigen editie relevant is. Deze verschuivingen gebeuren meestal in bilateraal overleg tussen chef en eindredacteur, of tussen eindredacteur en verslaggever. De hoofdlijnen liggen intussen vast, en verslaggevers weten wat zij voor de krant van de volgende dag kunnen produceren, hoeveel regels hun bijdragen mogen tellen en voor welke pagina's ze bestemd zijn.

De redactie Arnhem heeft naast het ochtendoverleg een tweede dagelijks overleg in de loop van de middag. Dit overleg heeft plaats bij borden waarop afdrukken van de editiepagina's hangen. Sommige zijn dan al vrijwel helemaal gevuld, op andere staan nog lege vakken, deels voor aangekondigde nog te produceren items, deels voor nog te zoeken onderwerpen. Om de laatste lege vakken te vullen raadpleegt de redactie als extra ronde nieuwsgaring de websites van institutionele informatieleveranciers: gemeente en provincie, onderwijs- en culturele instellingen, grote bedrijven en organisaties in sport en recreatie. Deze *usual suspects*, zoals ze op de Arnhemse redactie worden aangeduid, leveren altijd wel nieuws op, 'en als de krant nog snel vol moet, kunnen deze berichten één op één overgenomen worden.'⁵²

Sinds begin deze eeuw hebben de Wegenerdagbladen geen fotografen meer in vaste dienst. Nadat in het ochtendoverleg is besproken welke beeldonderwerpen te verwachten zijn, bestellen de editieredacties hun foto's dagelijks bij plaatselijke fotopersbureaus. De bureaus leveren daarnaast dagelijks (Tilburg) of soms (Arnhem, Oss) vrije foto's die de redactie desgewenst kan gebruiken. Hetzelfde geldt voor foto's en filmpjes die incidenteel worden aangeboden door freelancers en burgerfotografen (op de Arnhemse redactie cowboys genoemd). Hun foto's worden op nieuwswaarde en kwaliteit beoordeeld door de eindredacteur of een van de andere redacteurs.

In de productie van filmpjes voor de website verschilt de praktijk tussen Brabants Dagblad en Gelderlander. Nadat de interne afdeling BD-tv was gestopt filmpjes te maken voor de editieberichtgeving in het BD, de internetredactie was opgeheven en de functie van camjo op de redactie was wegbezuinigd, maken schrijvende verslaggevers zelf filmpjes bij plaatselijke items.

In Arnhem werkt De Gelderlander sinds 2012 samen met het lokale RTV Arnhem. Het filmonderwerp van de dag wordt afgestemd tussen de redacties van dagblad en lokale omroep.

⁵² Citaat van een Arnhemse redacteur in P. van de Ven, 'Jou moet ik hebben!' Observatieonderzoek naar de bronselectie van journalisten bij De Gelderlander Arnhem' (2012). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

Relevant in de planning van editiepagina's en -productie is ten slotte het overleg tussen editieredacteurs en specialisten op het gebied van infographics en data-maps. Deze specialisten maken deel uit van de centrale redactie in respectievelijk Den Bosch en Nijmegen. Voor crossmediale producties met infographics, interactieve datamaps e.d. moeten editieredacties een beroep moeten doen op deze specialisten, omdat hiervoor meer dan gemiddelde kennis, ervaring en tools nodig zijn. Grotere crossmediale producties worden gewoonlijk niet in het ochtendoverleg gepland, maar in aparte sessies. Voorbeelden zijn de bijlage en website over de spoorzone in Tilburg en de verslaggeving van de gemeenteraadsverkiezingen in Oss (zie hoofdstuk 4).

Flitsen naar de site en uitwerken voor de krant

Voor het productieproces op editieredacties geldt als uitgangspunt *digital first*. Het houdt in dat van het editienieuws eerst een korte versie voor internet wordt geproduceerd en pas daarna een uitgebreidere versie voor de krant. De online-productie wordt aangevuld met nieuws van persbureaus en andere bronnen dat voor de editie interessant is, opdat de editionele onlinepagina gedurende de dag geregeld ververscht wordt (Hoofredactie De Gelderlander, 2010).

Weliswaar is het productieproces op editieredacties gericht op meerdere platforms, in de praktijk wordt het proces in hoge mate gestuurd door de planning van de papieren krant. De planning bepaalt het aantal regels dat een artikel mag tellen, de ruimte voor de kop, het format waarin de redacteur het artikel produceert en de afsluittijd van de pagina waarop het artikel is gepland. Redacteurs investeren de meeste tijd in de printversie; online doen ze erbij, zowel in korte teksten als in foto's en filmpjes, want ieder wordt geacht te multitasken. Doorgaans produceren verslaggevers nieuws in twee stappen: eerst snel en kort (het zogenoemde flitsen), daarna uitgebreidere berichtgeving.

Op de redacties in Tilburg en Arnhem levert de multimediale productiepraktijk een wisselend beeld op. Het komt geregeld voor dat een verslaggever contact opneemt met de onlineredacteur om nieuws snel op het net te publiceren. Dit zet de verslaggever meteen online, waarbij de onlineredacteur meestal verantwoordelijk is voor de opmaak. De laatste zet er als regel ook een illustratie bij. Het flitsen gebeurt om de site actueel en aantrekkelijk te houden en om reacties van bezoekers uit te lokken waarmee de redactie eventueel nog iets kan doen.

De Arnhemse onlineredacteurs herschrijven vaak de aangeleverde koppen en teksten omdat die volgens hen te saai zijn voor internet. Op internet moet het

spannender zijn. Daarom pikken ze uit berichten de leuke of extreme nieuws-elementen.⁵³

Er zijn onderwerpen waarvan de redactie weet dat die op internet scoren, ervaren verslaggevers in Arnhem spreken van ‘kassa-onderwerpen’: geweld, inbraken, overvallen, verkeer, natuur en dierenleed. En seks. Maar zij gaan er niet van uit dat lezers het brengen van kassa-onderwerpen als de voornaamste taak van De Gelderlander zien.⁵⁴

Naast redacteurs die voor elk artikel dat zij voor de krant produceren, een aparte tekst voor het web schrijven, zijn er anderen die eenvoudig de eerste alinea(s) van de tekst voor de krant naar het web doorplaatsen of geen internetversie leveren. In het laatste geval moet de onlineredacteur het nieuws op de site zetten.⁵⁵

Actualiseren van de website

De vraag of de productie van onderwerpen multimediaal dan wel crossmediaal wordt gepland, speelt een ondergeschikte rol in het ochtendoverleg. Het komt mede doordat de onlineredacteur op de redacties Tilburg en Arnhem zelden aan het overleg deelneemt. Van de twee onlineredacteurs in Arnhem is er ’s ochtends altijd maar één aanwezig. Het actualiseren van de site door de onlineredacteur krijgt in de ochtenduren de voorkeur.

De redacties streven ernaar de site minstens elk half uur te verversen, en ook de prominent gebrachte nieuwsitems regelmatig te verversen: niet twee of meer uur lang hetzelfde plaatselijke nieuws bovenaan. Hiervoor zorgen in Tilburg twee redacteurs – de zogenoemde aso, wat staat voor actueel, snel, overzichtelijk – die bij toerbeurt de site verversen en collega-verslaggevers prikkelen om ook voor de site aan te leveren. Berichten die op internet veelbekeken worden, worden door de onlineredacteur hoog op de pagina gezet.

Nieuws dat ’s avonds wordt geproduceerd, houdt men voor de site nog wel eens vast tot de volgende ochtend. Het kan verschillende oorzaken hebben: de verslaggever is vergeten een stukje voor de site te maken, de aso van dienst heeft de verslaggever van tevoren laten weten dat een stukje niet nodig is omdat er toch al veel plaatselijk nieuws op de site staat, of het nieuws wordt bewaard omdat er de

⁵³ P. van Heeswijk & M. van Lankveld, ‘Praktijkproject De Gelderlander Arnhem’ (2013). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

⁵⁴ R. Tomassen, ‘It’s only sex, drugs en rock & roll.’ Hoe publieksoverwegingen de journalistieke autoriteit van regionale redacteurs beïnvloeden’ (2011). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

⁵⁵ Möller: *ibid.*

eerste ochtenduren nog weinig nieuws is en er toch verversst moet worden. Over het algemeen worden onderwerpen die te licht worden gevonden voor de krant, wel op de site gezet om iets actueels te kunnen brengen.

Op de kleinere redactie Oss wijkt de onlinepraktijk af van die op de grote redacties Tilburg en Arnhem. Er is geen vaste onlineredacteur: het bijhouden van de website gebeurt bij toerbeurt door een redacteur die ook moet produceren voor de papieren krant. Deze noodgedwongen combinatie zorgt er wel voor dat de onderlinge afstemming van print- en onlineproductie over het algemeen efficiënter verloopt dan op redacties met aparte onlineredacteurs. Een voorbeeld is de planning van een stukje over een 'insectenhotel' voor een nieuwsrubriek in de editie Oss. De verslaggever had zelf een serie foto's gemaakt van verschillende soorten hout en bomen waarin de insecten huizen. Voor de krant van de volgende dag kon hij maar één foto gebruiken. De hele fotoserie zette hij op de site, want daar ontbreekt het niet aan ruimte.

Kwaliteitsbewaking

Het zogenoemde tegenlezen – een volgende werkstructuur in het productieproces – is op de editieredacties een belangrijk instrument om de kwaliteit van de berichtgeving op peil te houden. Een redacteur produceert een artikel, een tweede leest het op het beeldscherm na op inhoudelijke onjuistheden, onduidelijkheden, taalfouten en redigeerfouten. Soms is de eindredacteur de enige tegenlezer, maar van de eindredacteur kan niet worden verwacht dat hij/zij artikelen en berichten over de pagina's verdeelt en passend maakt én alle berichtgeving naleest op fouten. Als regel wordt alle tekst voor de krant tegengelezen voordat de pagina's van de eindredacteur het groene licht krijgen. In de praktijk gebeurt het niet altijd, met fouten en slordigheden als gevolg. Onjuistheden en onvolledigheden in de berichtgeving op de site kunnen worden verbeterd en aangevuld via updates, rectificaties van fouten in de krant pas een etmaal later.

Een redacteur in Arnhem zegt de artikelen van collega's niet alleen op tik- en taalfouten te corrigeren maar ook op inhoudelijke zaken als feitelijke beweringen. 'Laatst las ik in een stukje over de kermis in Arnhem dat er het grootste reuzenrad van Europa zou komen. Dat controleer ik dan op Wikipedia. Het bleek niet het grootste te zijn.' Uit gesprekken met andere redacteurs blijkt dat lang niet iedere tegenlezer controleert of de inhoud van artikelen en berichten ook klopt.

Op de BD- en DG-redacties worden tijdens het ochtendoverleg de productie van de vorige dag en de presentatie van het nieuws door het redactiecollectief geëvalueerd aan de hand van de krant van dezelfde ochtend. Het is tevens bedoeld om naar

aanleiding van berichten in de krant – en soms ook naar aanleiding van het ontbreken van berichtgeving over belangrijk geachte onderwerpen in de krant – vast te stellen welke onderwerpen om een vervolg vragen.

Het doornemen van de krant, waarmee het dagelijks ochtendoverleg begint, heeft een tamelijk ritueel karakter. Als er kritische opmerkingen worden gemaakt, betreft het meestal items in het algemene deel. Soms maakt men opmerkingen bij de editieproductie, zoals over de tegenvallende kwaliteit van foto's, onduidelijkheden in de berichtgeving of eigen ontevredenheid over wat een geïnterviewde te zeggen had. Kritiek op elkaars werk klinkt er zelden. Het kan komen door het streven naar consensus en het vermijden van conflicten in de werkorganisatie, of door de wens het overleg niet langer te laten duren dan strikt nodig is, om daarna snel aan het werk te gaan. Het gevolg is dat er amper sprake is van terugkoppeling: levert men weinig commentaar op het eigen en elkaars werk, dan biedt het ochtendoverleg ook weinig aanknopingspunten om er de volgende keer voordeel mee te doen.

Naast het ochtendoverleg heeft de redactie Arnhem in het middagoverleg een mogelijkheid om commentaar te leveren op de inhoud en presentatie van onderwerpen die al op de pagina's voor de volgende dag staan. Het betreft slechts een deel van de productie, maar opmerkingen vooraf kunnen nog verwerkt worden in het eindproduct. Arnhem kent dus twee dagelijkse overlegstructuren voor redactionele evaluatie.

Het resultaat van het evaluatieproces wordt niet altijd zichtbaar voor de lezer. Een voorbeeld. Tijdens de bespreking van de krant in Oss merkte de chef een storende fout op in de kop van een bericht. Hij noemde de fout 'ontzettend stom', maar hij besloot de kop alleen op de site te corrigeren en niet in de krant van de volgende dag. Dit was opmerkelijk, aangezien de redactie over het algemeen aan de berichtgeving in print hogere eisen van zorgvuldigheid stelt dan aan die op de site, waarop de snelheid van berichtgeving belangrijker wordt gevonden.

Een bijzondere vorm van evaluatie van product en redactionele organisatie en werkwijze had eind 2010 plaats bij het Brabants Dagblad. Vertegenwoordigers van redactieraad en redactiecommissie bezochten alle editieredacties om hun ervaringen te horen met de wijzigingen in krant, website, organisatie en werkwijze waartoe was besloten in de Contourenschets Plus (2009). De opmerkingen die hierover door de redactie Oss werden gemaakt, zijn verwerkt in § 5.5, over spanningen tussen redactionele doelstellingen en ambities versus de dagelijkse praktijk. Een overlegstructuur kan deze eenmalige ronde langs de editieredacties niet worden genoemd.

De voornaamste structuren in het productieproces hebben te maken met het plannen en afronden van de editiepagina's en het actualiseren van de website. Het werken aan de editiepagina's is daarbij leidend.

In hoofdstuk 2 gingen we ervan uit dat zelfkritiek en reflectie op het eigen en elkaars handelen belangrijke functies zijn van de redactie, waardoor het reactiecollectief meerwaarde heeft boven het journalistiek handelen van individuele redacteuren. In de observaties is niet naar voren gekomen dat de editieredacties in dit opzicht een duidelijke rol vervullen.

Uit de observaties en gesprekken met redacteuren concluderen we verder dat planning, productie en kwaliteitsbewaking op de editieredacties duidelijke tekortkomingen vertonen. De focus is gericht op efficiënte productie. Aan het redactieoverleg en andere activiteiten die niet noodzakelijk worden gevonden voor de onmiddellijke productietaak, besteedt men zo weinig mogelijk tijd. Een tweede reden waarom de redacties doorgaans niet of nauwelijks overleggen over inhoudelijke afwegingen in de productieplanning, is dat er binnen de redacties verschillende opvattingen leven over verdieping dan wel verbreding van de berichtgeving. Redacteuren erkennen dit verschil in opvattingen ook, maar vinden het tijdverspilling om erover te vergaderen. Zij gaan ervan uit dat vergaderen niets oplost. De standpunten liggen vast.

Door de nadruk op efficiënte productie en noodzakelijke regelfuncties schiet ook de kwaliteitsbewaking tekort. Het tegenlezen gebeurt niet consequent en niet volgens uniforme maatstaven. De beschikbaarheid en welwillendheid van tegenlezende collega-redacteuren geven de doorslag.

5.2 Kenmerken van de nieuwsproducten

In deze paragraaf bespreken we in welke mate het product overeenkomt met de productieplanning. In hoeverre is de krant die 's morgens vroeg verschijnt, al een etmaal of soms nog eerder in de steigers gezet? Niet geplande delen van het editiepakket kunnen een teken zijn dat de redactie gespitst is op actualiteit, en ook dat het efficiënt ogende planningsproces slechts een globale indicatie oplevert van wat de redactie in de loop van de dag oppakt en produceert. Daarna vergelijken we de berichtgeving in de krant met die op de site om verschillen in journalistieke keuzes op het spoor te komen. Verder bespreken we de kenmerken van de editieberichtgeving in de krant en online: over welke onderwerpen wordt bericht, op welke terreinen liggen de onderwerpen, welke onderwerpen worden door de redacties als belangrijk gepresenteerd en welke als minder belangrijk, en welke journalistieke genres hanteren de redacties in de berichtgeving.

De kwaliteit van het nieuwsproduct wordt sterk bepaald door de kwaliteit van de bronnen die de redactie heeft geraadpleegd. Welke soort bronnen selecteert de redactie, en in welke mate komen méér bronnen, en dus meer opvattingen, in de berichtgeving aan bod? Een ander aspect van brongebruik betreft de vraag of we aan de berichtgeving kunnen zien hoeveel en welke bronnen de redactie heeft geraadpleegd. Biedt het product voldoende inzicht in het proces? Is de berichtgeving transparant in het brongebruik, en kan de lezer controleren voor wiens rekening uitspraken, beweringen en suggesties komen?

Van planning naar product en terug

Om na te gaan in hoeverre de onderwerpen op de belangrijkste editiepagina's overeenkomen met de planning van de vorige dag, is de planninglijst van de redactie Tilburg op een willekeurige ochtend, dinsdag 15 maart 2011, vergeleken met de berichtgeving van de dagen erop. In tabel 5.1 (p. 158) staan de geplande onderwerpen voor de drie zogenoemde Tilburg Plus-pagina's (B1, B2 en B3) van de krant van woensdag 16 maart 2011, met ernaast de data waarop de geplande onderwerpen in de krant kwamen.

Tabel 5.1 laat zien dat onder B1 een waslijst aan onderwerpen staat, inclusief pro memorie-onderwerpen, waarvoor de eerste editiepagina bij lange na geen ruimte biedt. B1 wordt gebruikt als verzamelrubriek waaruit redactiechef en coördinator stad in de loop van de dag een keuze maken. Aan de hand van wat er voor de pagina's van de volgende dag klaar staat en wat er nog te verwachten is, plannen zij definitief de pagina's Tilburg Plus en Tilburg Stad. Daarbij houden ze rekening met de urgentie van nieuwsonderwerpen die verslaggevers zelf in de agenda of mondeling aangeven.

Aan het eind van de middag stellen chef en coördinator alvast de lijst met onderwerpen op voor het overleg van de volgende ochtend. Op de lijst noteren de ervaren verslaggevers hun onderwerpen en afspraken; jongere verslaggevers krijgen vaker onderwerpen toegewezen. De dagelijkse lijst legt niet alleen de verdeling van taken vast maar is ook de bevestiging van de informele redactionele hiërarchie.

Tabel 5.2 (p. 158) laat zien welk deel van de berichtgeving op de drie Tilburg Pluspagina's van woensdag 16 maart 2011 al de vorige ochtend in de planning stond en welk deel het resultaat was van actuele informatie en herschikking van prioriteiten.

Omdat de gang van zaken op de daarop volgende dagen weinig bleek te verschillen van die van dinsdag, kon ik vaststellen dat het journalistieke proces op de redactie

Tabel 5.1 Planninglijst BD-redactie Tilburg

Planninglijst dinsdagochtend 15 maart 2011 voor editie Tilburg van woensdag 16 maart 2011	Geplaatst op 16 maart	Geplaatst op 17 maart	Geplaatst na 17 maart	Niet geplaatst/ onbekend
B1: 11.15: Nieuws over Spoorzone 13.00: Topklas allochtone leerlingen 13.30: Rechtbank: Kath. Leergangen Boekenweek: overzicht activiteiten Boek van Youssef Azghari + foto Boek van Ruud Vreeman + foto Aankondiging Open dag van de zorg Buschauffeur wil groene ringbanen Follow up overleden winkeldief Slachtoffer mishandeling Satudarah Klacht over politie ivm niet optreden tegen hennepkwekerij + foto's PM: 5 recente moordzaken in Tilburg, Kaatsheuvel en Oisterwijk	X X X	 X X X	 X (24-3) X (19-3, één zaak)	 Niet gepl. Onbekend Onbekend Onbekend
B2 + B3: Rubriek De gemoederen Tilt, feest voor wie leest Concertzaal (over van bijlage schouwburg) Verkoop wijkcentra Sloop voorm. Textielfabriek AaBe	X X	 	 X (26-3) X (18-3)	 Onbekend

Tabel 5.2 Berichtgeving in BD-editie Tilburg 16-3 vergeleken met planninglijst

B1: Plan voor de Spoorzone. (Gepland) Tegelbakken in de binnenstad. (Niet gepland, er kwam een persbericht van de gemeente) Bericht: Ook op zondag trouwen in Tilburg. (Niet gepland, persbericht met voorstel raadsfracties)
B2-B3: De gemoederen: reacties op kernramp Japan. (Gepland) Tilt, letterenprijs. (Gepland) Activiteiten Boekenweek. (Gepland) Bericht: Vacaturestop universiteit Tilburg. (Niet gepland, waarschijnlijk persbericht of bericht op de site van de universiteit)

Tilburg duidelijk wordt gestuurd door de institutionele agenda en door afspraken die redacteuren voor zichzelf hebben vastgelegd. Op de eerste drie pagina's van woensdag verschenen slechts één artikel en twee berichten die niet gepland waren. De niet geplande items waren gebaseerd op persberichten die dinsdag binnenkwamen.

Voor de woensdagkrant, die het sterkst met de planning van dinsdagochtend overeenkwam, raakten enkele onderwerpen uit beeld, waaronder de follow up van een winkeldiefstel en het niet optreden tegen hennepkwekerijen. Hoe dat kwam, kon ik niet achterhalen. Het item Katholieke Leergangen stond drie achtereenvolgende dagen op de lijst, waarbij aanvankelijk niet duidelijk werd gemaakt waarover het precies ging. Op de tweede dag werd in het ochtendoverleg gezegd dat het een geschil betrof waarbij prominente CDA'ers waren betrokken, maar na drie dagen was het onderwerp verdwenen. Geen bericht in de krant, niemand die er verder naar vroeg.

Uit de gang van zaken op de redactie Tilburg kunnen we concluderen dat de berichtgeving in hoge mate het product is van geplande gebeurtenissen en afspraken binnen de georganiseerde samenleving. De verdeling van onderwerpen over de pagina's is in eerste instantie weinig meer dan een inventarisatie van wat er al aan productie is en wat (mogelijk) nog geproduceerd wordt. Van collectief inhoudelijk overleg over de productieplanning is geen sprake. Dit draagt bij aan het rituele karakter van het ochtendoverleg.

Kenmerken berichtgeving in print en online

Een vergelijking van de editieberichtgeving in print en online duidt erop dat de editieredacties in Tilburg, Arnhem en Oss het zwaartepunt van hun berichtgeving leggen in de krant. Als voorbeeld selecteren we de berichtgeving uit een willekeurige editie, en wel de drie pagina's Tilburg Plus en twee pagina's Tilburg Stad van zaterdag 12 maart 2011, en vergelijken we die met de Tilburgse berichtgeving op de BD-site van 11 tot en met 13 maart 2011 (zie tabel 5.3).

Van de 18 Tilburgse onderwerpen in de papieren zaterdagkrant werden er 8 in de loop van vrijdag online gezet. In 4 gevallen was het korte onlinebericht identiek of vrijwel identiek aan het korte bericht in de krant, in 3 gevallen was het onlinebericht ongeveer de helft korter dan het krantenbericht. Al deze berichten waren bewerkingen van persberichten die de redactie had overgenomen van websites of had ontvangen van voorlichtings- en pr-afdelingen.

Tabel 5.3 Berichtgeving Tilburg in print en online

Items	Online 11 maart	Print 12 maart	Online 12 maart
Bajesdirecteur terug na conflict?	Kort bericht	X	
Sprookjesbos Efteling	X	X	
Auto gestolen	X	X	
Winnaar Graffiti Battle		X	
Weer hoop voor geitenhouders		X	Kort bericht
Nieuw pand muziekschool		X	X
Tbs overvaller verlengd		X	X
Agressieve man moet op cursus		X	X
Receptie jubilerende frater		X	
Reünie oud-medewerkers AaBe		X	X
Tilburger schept motoragent	X	X	
Buurtverzet tegen bomkap	X	X	
Nieuw asfalt op Dongenseweg	X	X	
Kunsthandel weg uit Tilburg		X	Kort bericht
Personeel pakt winkeldief	X	X	
Jongeren aangemeld voor lintje	X	X	
Cursus De Driehoek		X	
Parfumerie in Reeshof		X	

In één geval – de bajesdirecteur – was het onlinebericht een sterk bekorte en anders geformuleerde versie van het grote artikel in de zaterdagkrant, waarbij het onlinebericht verwees naar het artikel in de papieren krant: ‘Lees morgen in het Brabants Dagblad’ etc. Het was het enige eigen verhaal dat vooraf op de site werd aangekondigd. Het was gebaseerd op de afscheidstoespraak die de directeur van de Penitentiare Inrichting Tilburg voor het personeel had gehouden. De directeur ging elk gesprek met de pers uit de weg, maar zijn toespraak kwam in handen van het Brabants Dagblad. Deze gang van zaken stond in de krant maar niet op de site.

Zes artikelen en berichten uit de krant van zaterdag werden in de loop van zaterdag en zondag online gezet. Hier was sprake van *print first* in plaats van *digital first*. Hiervan waren twee korte onlineberichten vrijwel identiek aan de berichten in de krant, twee berichten waren online enigszins bekort, en van twee grote eigen producties in de zaterdagkrant waren voor online korte berichten gemaakt.

Op de site stond op 11 en 12 maart onder het kopje Tilburg geen enkel bericht dat niet óók in de papieren krant stond.

Een voorbeeld van een korte versie op internet en een uitgebreide versie in de papieren krant. Op vrijdagmiddag 11 maart 2011 half één ’s middags zette de

Tilburgse redactie dit bericht op de website van Brabants Dagblad, editie Tilburgstad:

Terugkeer bajesdirecteur mogelijk

TILBURG – Een terugkeer van directeur Ton Daans naar de Belgenbajes in Tilburg is wat het ministerie van Justitie betreft niet uitgesloten.

Dat heeft een woordvoerder van het ministerie verklaard tegenover Brabants Dagblad.

Daans is teruggetreden nadat hij wegens ‘vermeende integriteitsschendingen’ in opspraak was geraakt. In zijn afscheidstoespraak tot het personeel heeft Daans zelf de beschuldigingen met kracht ontkend. ‘Maar het knokken tegen een adagium van ‘waar rook is is vuur’ is een onbegonnen strijd.’

Bureau Integriteit en Veiligheid in Amersfoort doet momenteel onderzoek naar de beschuldigingen en naar de ruzie in de top van de Tilburgse bajes.

Bij een werkbezoek deze week van de verantwoordelijk staatssecretaris Fred Teeven waren twee van Daans’ opposenten, beiden plaatsvervangend directeur, opvallend aanwezig. Na aanvaringen met Daans waren zij al enige tijd ziek.

Daans staat interimdirecteur Leo Jansen op de achtergrond nog met raad en daad bij.

Zaterdag meer over Penitentiaire Inrichting Tilburg in Brabants Dagblad.

Door Stephan Jongerius

Vrijdag 11 maart 2011 12:25 uur

Laatst bijgewerkt op vrijdag 11 maart 2011 12:31 uur

Het onlinebericht ‘Terugkeer bajesdirecteur mogelijk’ telt 19 regels plus een verwijzing naar het Brabants Dagblad van de volgende dag. In het onlinebericht wordt verwezen naar zeven personen en instanties, van wie er één via een parafrase van zijn woorden door de verslaggever wordt opgevoerd, en één – de directeur – met een letterlijk citaat worden opgevoerd.

Als invalshoek voor het bericht koos de verslaggever voor de mogelijkheid dat de gevangenisdirecteur toch terugkeert.

Ter vergelijking de berichtgeving in de editie Tilburg van het Brabants Dagblad van zaterdag 12 maart 2011:

TOESPRAAK DAANS

Keihard ‘strijd’ gevoerd in bajes

De Belgenbajes in Tilburg is de afgelopen periode het toneel geweest van een ‘bikkelharde confrontatie, een ramkoers’.

Dat heeft de opgestapte directeur Ton Daans gezegd toen hij tegenover het personeel zijn terugtreden bekendmaakte.

Door **Stephan Jongerius**

TILBURG – Ton Daans, die recent is teruggetreden als Nederlandse directeur van Penitentiare Inrichting Tilburg, zegt het middelpunt zijn geworden van een ‘verpletterend ongelijke strijd’. Nadat de ondernemingsraad in een brief aan regiodirecteur Angeline van Dijk gewag maakte van ‘vermeende integriteitsschendingen’ van zijn kant, zag Daans geen andere mogelijkheden dan op te stappen.

‘Knokken tegen het adagium ‘waar rook is, is vuur’ is een onbegonnen strijd’, aldus Daans. Hij gaat zelf elk gesprek met de pers uit de weg, maar zijn afscheidstoespraak kwam in handen van deze krant.

Daans ontkent met stelligheid beschuldigingen over onder meer intimidatie en afluisteren, maar vermoedt dat hij het slachtoffer is geworden van eigen dadendrang. ‘Wat voor sommigen een verfrissende aanpak was, was voor anderen mogelijk ‘een levensgevaarlijke wervelwind’ die hoe dan ook tot liggen moest worden gebracht.’

Daans laat zich niet uit over zijn tegenstanders in de strijd die hij ‘zeer onkies en abject’ noemt. Vast staat dat hij in aanvaring kwam met drie andere leden van het management: twee plaatsvervangend directeuren en het hoofd juridische zaken. Daans heeft wel steeds volledige steun gehad van de Belgische directeur, Ton Schoeters, die formeel de leiding heeft.

Tegenover het personeel heeft Daans verklaard de resultaten van onderzoek nu ‘buiten de inrichting af te wachten’. Het ministerie van Justitie sluit een eventuele terugkeer van Daans niet uit, mocht dat hem van alle blaam zuiveren.

Het nieuwsartikel ‘Keiharde ‘strijd’ gevoerd in bajes’ op de eerste pagina Tilburg Plus telt een korte samenvatting van 8 regels, een tekst van 47 regels plus een verwijzing naar een achtergrondartikel op de eerste pagina Tilburg Stad.

Het artikel voert acht betrokken personen en instanties op. De enige die letterlijk en uitvoerig wordt geciteerd, is de directeur. De invalshoek van het artikel is de uitspraak van de vertrokken directeur dat hij het middelpunt was geworden van ‘een verpletterend ongelijke strijd’.

PENITENTIAIRE INRICHTING TILBURG

Terugkeer opgestapte directeur Daans ‘niet uitgesloten’

Bajes Tilburg ’s lands grootste

Penitenciaire Inrichting Tilburg na komst laatste 150 Belgen grootste bajes van het land. Terugkeer opgestapte directeur Ton Daans is ‘niet uitgesloten’, aldus ministerie. Diens opponenten in de top aanwezig bij bezoek Teeven.

Door **Stephan Jongerius**

Reageren? s.jongerius@bd.nl

TILBURG – Met 675 (Belgische) gedetineerden is de Penitenciaire Inrichting Tilburg (PIT) met ingang van komende week de grootste gevangenis van Nederland. Dat heeft de opgestapte directeur Ton Daans onlangs gezegd bij zijn afscheid van het personeel. ‘In 2008 was de inrichting in Tilburg in Den Haag al uitgegumd’, zo riep hij in herinnering. De instroom van de laatste 150 Belgen wordt in de loop van volgende week afgerond. België betaalt Nederland dan per jaar 37 miljoen euro voor de opvang.

Meer dan de helft van de gedetineerden, in totaal 366 man, verblijft straks op achtpersoonscellen. De Belgische autoriteiten selecteren de gedetineerden op geschiktheid hiervoor, zo antwoordde staatssecretaris Fred Teeven gisteren op SP-vragen naar aanleiding van publicaties in deze krant.

Ton Daans is, als Nederlandse rechterhand van de Belgische directeur Ton Schoeters, inmiddels opgevolgd door interim-directeur Leo Jansen. Daans zag geen andere uitweg dan terug te treden nadat hij, volgens hem ten onrechte, in opspraak was geraakt wegens ‘vermeende integriteitsschendingen’.

‘Knokken tegen een adagium van ‘waar rook is is vuur’ is een onbegonnen strijd’, sprak Daans in zij emotionele afscheid tot het personeel. Met zijn terugtreden wilde hij ook voorkomen dat in de bajes twee kampen zouden ontstaan.

De vermeende integriteitsschendingen, waaronder intimidatie van collega’s, zijn onderwerp van onderzoek door Bureau Integriteit en Veiligheid van het ministerie van Justitie. Wanneer dat is afgerond, kan een woordvoerder van het ministerie niet zeggen. ‘Op de uitslag lopen we niet vooruit, maar we kunnen niets uitsluiten, ook niet dat Daans straks terugkeert.’

De meest opvallende aanwezigen bij een werkbezoek van staatssecretaris Teeven, afgelopen week aan de PIT, waren beide plaatsvervangend directeuren. Zij waren na een conflict met Daans al langere tijd ziek, maar zijn na diens vertrek weer aan de slag gegaan. ‘In het management zijn verder geen wijzigingen opgetreden’, is het enige wat de woordvoerder kwijt wil.

Het conflict rond en het vertrek van Daans kwamen voor de werkvloer als een donderslag bij heldere hemel. Duidelijk is inmiddels dat de Eindhovenaar daar veel steun genoot.

Daans eiste veel van zijn directe collega's en het hele personeel, maar op de eerste plaats van zichzelf, zo vertellen verschillende medewerkers. Hij was altijd bereikbaar en dwong respect af door nachtdiensten mee te draaien en tijdens nieuwjaarsnacht alle medewerkers de hand te komen schudden.

De ondernemingsraad, die met geruchten over onder meer 'vermeende integriteits-schendingen' naar regiodirecteur Angeline van Dijk stapte, is voor menigeen de gebeten hond. 'Daar zijn commissies en vertrouwenspersonen voor. Door het publiek te maken is Daans al veroordeeld zonder proces', zegt een medewerker.

Het personeel heeft indringend te verstaan gekregen elk contact met de pers te mijden.

Belgenbajes

De Penitentiare Inrichting Tilburg is sinds een jaar als Belgenbajes in gebruik. Het verdrag met de Belgische overheid loopt tot begin 2013, maar kan met een jaar worden verlengd.

Tilburg wordt dan weer een volwaardige penitentiare inrichting voor lang- en kortgestraften.

De samenwerking met de Belgen heet intern *Nova Belgica*, onder meer omdat het Belgische gevangenisregime samengaat met de menselijker, Nederlandse bejegening van gedetineerden.

Ton Daans heeft een groot stempel gedrukt op het project; de ondertekening van het verdrag tussen België en Nederland was 'zijn finest hour', zei hij toen hij zijn terugtreden bekendmaakte.

Het tweede grote artikel dat de redactie in de zaterdagkrant aan het onderwerp wijdde, 'Bajes Tilburg 's lands grootste', gaat in op de achtergronden van het vertrek van de directeur en geeft meer informatie over de gevangenis. Dit artikel telt 8 regels inleidende samenvatting, 91 regels tekst en een feiteninzetje van 21 regels. Er wordt in verwezen naar negen betrokken personen en instanties, van wie er drie letterlijk worden geciteerd: de directeur, een woordvoerder van het ministerie van Veiligheid en Justitie en een gevangenismedewerker.

Uit de tekst blijkt dat de redactie al eerder over de interne gevangenis-kwestie had geschreven, en dat de SP naar aanleiding van de publicatie Kamervragen had gesteld die staatssecretaris Teeven de voorafgaande vrijdag had beantwoord.

Op basis van de steekproef van één zaterdagkrant en de website van vrijdag tot en met zondag concluderen we dat de redactie in Tilburg kwalitatief en kwantitatief voluit investeert in de productie van de papieren krant en de website hier duidelijk bij achter blijft. Kwalitatief doordat de grote eigen producties alleen in de krant verschijnen en internet er slechts korte samenvattingen van brengt. Kwantitatief doordat de krant veel meer nieuwsitems en andere editie-informatie bevat dan de website.

In Arnhem komen we tot vergelijkbare bevindingen, zij het met lichte verschillen. In de papieren editie van De Gelderlander Arnhem staan twee tot drie maal zoveel editieartikelen en berichten als online. Van de langere artikelen, zoals de opening van het editiekatern en de samengestelde producties, verschijnen op de site korte samenvattingen. De artikelen in print bevatten meer dan tweemaal zoveel bronnen en ook meer context, duiding en achtergrond dan de onlineversies. De informatie op internet bestaat voornamelijk uit korte, feitelijke berichten. Van de berichten die zowel online als in print verschijnen, staat meer dan de helft eerder online.

Volgens de redacteurs kunnen de berichten op internet fungeren als lokkertjes voor de papieren krant, maar in de praktijk verwijzen maar weinig online-items naar de krant. Omgekeerd verwijst de krant nog minder naar de website.⁵⁶

‘Het verwijzen van internet naar de krant, daar ben ik niet zo’n fan van’, zegt een internetredacteur van De Gelderlander. ‘Het publiek dat wij op internet hebben, is heel anders dan het publiek dat de krant leest. Die overlap is een kwart, dus dan is zo’n verwijzing al snel overbodig.’⁵⁷

Verwijzen op de site naar de krant gebeurt bij het Brabants Dagblad eveneens maar weinig, om een praktische reden: de BD-lezers krijgen op de site berichten uit alle BD-edities te zien, maar de meesten hebben niets aan een verwijzing naar de krant als de betreffende artikelen in print alleen in de editie Oss of Tilburg staan.

Van de grotere nieuwsartikelen verschijnt een korte versie op de site, al dan niet met een verwijzing naar de krant van morgen waarin het volledige artikel staat. Soms heeft de korte versie een andere invalshoek dan het artikel in de krant van de volgende ochtend.

Het meeste echte nieuws, de achtergronden en de grote interviews waaraan krant en redactie hun meerwaarde ontleen, blijven in de praktijk gereserveerd voor de papieren krant.

Onderwerpen en genres in de berichtgeving

Welke onderwerpen vinden we zoal in de editieberichtgeving in de krant?

Om een indruk te geven is in de observatieperioden op elk van de editieredacties een woensdageditie geanalyseerd (zie tabel 5.4).

⁵⁶ Möller: *ibid*; Van Heeswijk & Van Lankveld: *ibid*.

⁵⁷ N. Leermakers, ‘De internetredacteur en het publiek: twee handen op één buik. Een onderzoek naar de invloed van het publiek op de interneteditie van De Gelderlander’ (2011). Onderzoeksverslag masteropleiding Journalistiek en Media, Radboud Universiteit Nijmegen (niet uitgegeven).

Tabel 5.4 Nieuwsonderwerpen en genres in editieberichtgeving

BD Tilburg 23-03-2011	Onderwerpen	Genre
B1 Tb Plus	Fusie ziekenhuizen geen taboe meer Nachtritter pastoor Schilder met ezel Joyride met gestolen skelter Hoofdletsel aangereden fietser	Nieuwsartikel Foto + fototekst Nieuwsartikel Politiebericht
B2-B3 Tb Plus	Wereldkampioen in festival AccordeonSlag Strafeis tegen Tilburger Twitterpolitici die kaatsen? 4 korte berichten	Nieuwsartikel Rechtbankverslag Nieuwsrubriek Politieberichten
B4-B5 Tb Stad	Wethouder: Uitvallen lantaarns onacceptabel Krakers zetten weggeefwinkel elders voort Illegale stortplaats afgesloten Concert Asko/Schönberg Udenhoutkunde voor gevorderden Activiteiten bij opening wijkcentrum Grond bij kanaal Loven verontreinigd Onderwijsbestuurder vertrekt Gepakt voor overval na 12 jaar Wandeling De Brand	Nieuwsartikel Nieuwsartikel Foto's + fototekst Muziekrecensie Nieuwsartikel Nieuwsbericht Nieuwsbericht Interview Politiebericht Kort bericht
B6-B7 Regio	Promovendus: Onderwijs dient kind niet 4 ingezonden brieven Loopbrug naar cultuurcentrum Vleermuizenkasten in Hilvarenbeek Bomen gerooid in Riel Restaurant houdt diner voor ramp Japan	Interview Brievenrubriek Nieuwsartikel Nieuwsartikel Foto + tekst Nieuwsbericht
BD Oss 03-11-2010		
B1	Landbouw verdeelt politiek Nationaal schoolontbijt in Oss 2 politieberichten + 2 aankondigingen	Verslag verkiezingsdebat Foto + fototekst Korte berichten
B2-B3	Verkiezingsserie: Lijstrekker D66 Verkiezingen kort Hotel voor insecten Parkeren bij zwembad Nog kaarten voor musical Aankondiging concert Lezersbrief	Interview + achtergrond Nieuwsrubriek Rubriek Onder de loep Nieuwsbericht Kort bericht Brievenrubriek

B4-B5	Serie opheffing Lith: Vaste bezoekers raad Serie musical Octopussy: decorbouwers College Oss akkoord met binnenspeeltuin Ziekenhuis zoekt sponsors Raad Landerd achter opknappen sportpark Kliko in brand Aankondiging	Interview Interview Nieuwsbericht Nieuwsbericht Raadsverslag Politiebericht Kort bericht
B6-B7	Burg.: integriteit wethouder niet in geding Woningcorporatie levert wanprestatie Rijksmonument Heesch opgeknapt Aanpak bushaltes in regio Speler tevens voorzitter voetbalclub Megen Linskens geen horecaheld Te hard gereden 3 korte berichten	Interview Verslag dorpsraad Nieuwsartikel Nieuwsbericht Interview Kort bericht Politiebericht Kort bericht
DG Arnhem 23-05-2012		
B1	Vrees voor ondergang winkels Janssingel Mariabedevaart in Renkum Houd Arnhem interessant Uitstel van betaling eigenaar Gelredome Kangoeroe spoorloos	Verslag vergadering Foto + fototekst Ankeiler verhaal binnenin Kort bericht
B2-B3	Kunstencluster: museum moderne kunst Gemeente: minder regels dakkapel CDA: Noem kennishuis naar Marga Klompé Winkeliers, klant is je kapitaal Kritiek op parkeervrijheid bewoners (vervolg van pag. B1) Rhedense gedood met messteken Handelaar honden ging vaker in de fout	Interviewserie + achtergrond Nieuwsartikel Nieuwsartikel Verslag vergadering Verslag rechtbank Nieuwsartikel
B4-B5	Arnhem moet zich meer onderscheiden Binnenstadbewoner: overdekt stadshart Kortingskaart Arnhemse studenten Officier eist werkstraffen Zebra geboren Arrestatie overval, gewond bij ruzie Swingnight Musis Makelaars	Interview Interview Nieuwsartikel Verslag rechtbank Foto + tekst Politieberichten Kort bericht Column

B6-B7 Editie Ah-stad	Vijf jaar buurtbemiddeling Benefietavond voedselbank Aardolietestinstallatie in Arnhem open Voorlopig geen weg door het maïsveld Bewoners willen af van bomen Mariabedevaart	Interview + achtergrnd Nieuwsbericht Nieuwsartikel Nieuwsartikel Nieuwsartikel Verslag
Renkum & Veluwezoom- O. 23-5-2012		
B6-B7 Editie Renkum	Dorpsfeest ipv zomerfeest Wolfheze Bloemenkraam Oosterbeek kan blijven Geen weg door maïsveld Grond onderzocht op explosieven Honderdjarige in Oosterbeek Mariabedevaart Statiegeld voor kindervakantie	Nieuwsartikel Nieuwsartikel Nieuwsartikel Nieuwsartikel Kort bericht Verslag Nieuwsbericht
B6-B7 Editie Veluwezoom- Oost	Lichte daling inbraken Rheden Koeienkunst in woonzorgcentrum Velp Dorpsschool Rozendaal betreft noodklas Nieuwe tenue voetbalclub Dieren Aangehouden, botsing, ongeluk door inhalen 4 aankondigingen Mariabedevaart	Verslag gemeenteraad Verslag expositie Nieuwsbericht Nieuwsartikel Politieberichten, 1 + foto Korte berichten Verslag

Typering genres (naar Donkers et al., 2010):

Kort bericht: aankondiging, personalia e.d.

Nieuwsbericht bevat alleen feitelijke mededelingen.

Nieuwsartikel bevat feiten en citaten, veelal als resultaat van nieuwsgaring.

Interview + achtergrond: zogenoemde samengestelde producties of sampro's, bestaande uit een interview plus bijbehorende achtergrondinformatie.

Woensdag is in berichtgeving een doorsnee dag. Aan de hand van de week-logboeken stelde ik vast dat de aard van de berichtgeving en de spreiding van de genres op deze woensdagen overeen kwamen met het globale beeld in de observatieperioden.

Een vergelijking van de drie edities laat zien dat de redacties het belangrijkste nieuws van de dag putten uit de sectoren gemeentepolitiek, economie (de plaatselijke middenstand) en zorg. De samengestelde productie in het hart van de tweede en derde editiepagina heeft cultuur (Tilburg en Arnhem) resp. politiek (Oss) als onderwerp. De meeste andere onderwerpen die door de redacties zijn geselecteerd

voor de eerste drie pagina's, liggen in de domeinen gemeentelijke regels, politie en justitie. Een opvallende foto of kort artikel op de eerste editiepagina wordt soms gebruikt als verwijzing naar een verslag elders in het editiekatern.

Op de editiepagina's 4, 5 en verder vinden we eveneens nieuwsonderwerpen uit de gemeentehuizen, politie en justitie, onderwijs, en daarnaast artikelen over jubilerende en vertrekkende plaatsgenoten, verenigings- en servicenieuws.

Op de streekpagina's Renkum en Veluwezoom-Oost domineren plaatselijke middenstanders, gemeentelijke voornemens en besluiten, deelnemers aan en toeschouwers bij evenementen, human interest en verenigingsnieuws.

Wat de journalistieke genres en stijlen betreft, worden de editiepagina's gedomineerd door nieuwsartikelen en verslagen van vergaderingen en evenementen. Ze worden gekenmerkt door een combinatie van feitelijke informatie en citaten.

De selectie omvat verder interviewverslagen, waarvan er enkele in zogenoemde samengestelde producties zijn gecombineerd met achtergrondinformatie. Nieuwsberichten en korte berichten, genres waarin de redactie alleen feiten en andere informatie aan het bureau redigeert, dienen vooral als opvulling van de pagina's.

De meeste foto's maken deel uit van nieuwsartikelen, verslagen van evenementen en interviews. Foto's van spectaculaire nieuwsgebeurtenissen – ongelukken, misdrijven, confrontaties e.d. – ontbreken. Losse foto's met een korte fototekst hebben meer een varieus dan een nieuwskarakter.

Wat ontbreekt in de selectie zijn analyses en commentaren: twee genres die de meerwaarde van de editieredactie als bundeling van kennis en meningsvorming kunnen benutten. In de onderzoeksperioden bleken analyses schaars – alleen in Oss verschenen ze in het kader van de verkiezingsserie – evenals commentaren, die alleen in de Arnhemse editie van De Gelderlander wekelijks verschijnen op de zaterdagse opiniepagina's.

Overzien we de onderwerpen en genres in de berichtgeving in de edities van één dag, dan is 'van alles wat' nog de beste typering. Nieuwsverhalen, foto's met meer varieuze dan nieuwswaarde, verslagen van vergaderingen en evenementen en serviceachtige berichten wisselen elkaar af. De reikwijdte van de berichtgeving varieert van grootstedelijke kwesties tot informatie op wijk- en dorpsniveau.

Dominante genres zijn groot en klein nieuws, waarvoor de items zijn aangeleverd door gemeenten en de georganiseerde samenleving. Een voorbeeld van klein plaatselijk human interestnieuws dat groot gebracht wordt, staat op p. 172.



BRABANTS DAGBLAD

brabantsdagblad.nl

ook voor het laatste regionale nieuws

Het weer Af en toe wat regen, 15 graden. Zaterdag zomerse dag, 24 graden.

Prijs €1,55 • Abonneeprijs €0,96 • 240 jaargang nr. 233



pagina 12 & 13

Donderdag 31 maart 2011

Editie
Tilburg



Geen krant
ontvangen?
Bel
088-013 99 30 of
1685 7777 10

8 weken voor €24,-!

Abonneren?

Zie bon elders in krant
of kijk op
brabantsdagblad.nl/abonneren

BETAALD VOETBAL Forse saneringen bij Tilburgse club leiden tot gunstige financiële cijfers

Willem II sluit af met positief saldo

- Forse saneringen leiden tot netto resultaat van 583.000 euro eind 2010.
- Club ook bij met betaling van de stadionhuur.
- Mogelijk 120.000 euro over aan het einde van dit voetbal-seizoen.

door Hans Rube

TILBURG - Willem II heeft het tweede kwartaal van het lopende boekjaar financieel positief afgesloten. Eind december 2010 werd een netto resultaat van 583.000 euro genoteerd. Dat blijkt uit de financiële rapportage van de club over de periode oktober 2010 tot en met december vorig jaar. Deze is afgelopen dinsdag in het Tilburgse college van B. en W. besproken. Sportwethouder Jan Hamming (PvdA): „De club is ook bij met het betalen van de huur voor het stadion. Wat dat betreft gaat het goed.”

Willem II kan de gunstige cijfers presenteren dankzij forse saneringen, zoals op het personeel. De organisatie is dat ook verplicht sinds ze bij de KNVB vanwege de financiële problemen onder toezicht staat.

De grootste winst is bereikt door te snoeien in de vergoedingsvormen. Daarmee is 429.000 euro 'verdiend'. Het operationele interne positieve resultaat over het tweede kwartaal bleek 154.000 euro, vanwege gunstige ontwikkelingen bij de rentelasten.

Als deze situatie zich ongewijzigd voortzet houdt Willem II aan het einde van het lopende seizoen 120.000 euro over, waar in voorgaande jaren steeds een miljoenen tekort dreigde.

De club kampte aan het eind van het vorige seizoen nog met een schuld van 4,8 miljoen euro en een acuut liquiditeitsprobleem van 700.000 euro.

Bij de KNVB werd daarop uitstel van betaling aangevraagd voor het inleveren van de begroting voor het seizoen 2010-2011. Inmiddels werkt de directie aan een structureel herstelplan.

„Maar we hebben het bestuur wel gevraagd uiterlijk op 15 april een prognose te geven voor de begroting voor het volgende seizoen”, zegt Hamming. „Uitgaande van degradatie. Dan moet de begroting immers nog verder omlaag.”

Willem II staat momenteel met een achterstand van vijf punten op VVV Venlo op de laatste plaats in de eredivisie.

‘Tilburg Textiles’ kleedt culturele wereld aan



TILBURG - Lips Textielservice aan de Havendijk in Tilburg was gistermiddag de bijzondere locatie voor een culturele presentatie. In het bedrijf werden het programma en het logo van 'Tilburg Textiles' gepresenteerd. Alle genodigden werden in een witte jas gestoken. Tilburg Textiles is de Tilburgse opmaat naar Brabantstad Culturele hoofdstad 2018. Tilburgse instellingen werken samen in een manifestatie die 14 mei begint en 29 oktober eindigt. In die periode zijn er nu al dertig activiteiten gepland waarin Tilburgse instellingen samenwerken. Gisteren rolde in de wasserij ook de t-shirts met daarop een deel van het programma van de band.

foto Joris Buijs/PVt

Marc van Hintum moet als technisch directeur imago Willem II oppoetsen

door Max van der Put

TILBURG - Marc van Hintum, die vandaag een tweejarig contract als technisch directeur tekent bij Willem II, krijgt de zware taak het imago van de club op te poetsen. Uit een gisteren gepubliceerd onderzoek blijkt dat Willem II op Excelsior na de minst populaire eredivisieclub in Nederland is. De om-

slag moet worden gemaakt door een Nederlander, liefst regionaal eerste team op het veld te brengen dan nu het geval is. Vreemd genoeg zal dat eenvoudiger zijn als Willem II degradeert. Dan kan oud-Willem II-speler Van Hintum 'met een schone lei gaan bouwen'.

Zie verder pagina 47, 48: Grotere uitdaging bij degradatie

Deze week bij Aldi

Persinaas-appelen 2 kg 1,29	Courgette Per stuk 0,25
Varkens-minutensteaks 400 g 3,19	Rundervinken 400 g 2,99

Het ALDI-Principe
Hoge kwaliteit - Lage prijs

* Prijzen geldig van 31 maart t/m 6 april 2011. Zie- en drinkwater bij voorbehoud.



**Crisis in nieuwbouw
Tilburg merkbaar**
pag. 29

Tilburg Plus

Zaterdag 2 april 2011

8 weken voor € 24,-!
Abonneren?
Zie boniiders in kwart of kijk op
brabantsdagblad.nl/abonneren

**ABONNEE
VOORDEEL**
Kijk voor aanbiedingen voor
abonnees op:
brabantsdagblad.nl/abonneevoordeel

VERKEERSCIRCULATIE Wethouder: hardrijden is vooral in avond en nacht probleem

Tilburg tornt nog niet aan cityring

- Oproep Brabants Dagblad levert berg reacties op.
- Veel ergernis over hardrijden op rondje Tilburgse binnenstad.
- Uitvoering ring oogst lof.
- Uit binnenstad en aanliggende wijken klachten over extra autokilometers.

door Ben Ackermans en Hans Rube

TILBURG - „Wanneer beginnen de Formule 1-races in Tilburg? De cityring is mooi uitgevoerd, maar ook een uitdaging tot hardrijden. Een racebaan. Die mening overheerst in de reacties van Tilburgers nu het rondje in het centrum af is. Maar voor het stadsbestuur is dat geen reden nu al maatregelen te treffen. „Laten we gewoon eens even afwachten hoe de ring functioneert”, zegt verkeerswethouder Roel Lauwerier (VVD). Dat is volgens hem pas echt het geval wanneer de Burgemeester Brokxlaan (NS-Plein via Spoorzone naar Hart van Brabantlaan) er ligt. De noordbaan van de Spoorlaan verdwijnt dan.

Een oproep in het Brabants Dagblad en op de website bd.nl over de eerste ervaringen met de cityring leverde een berg reacties op. Niet alleen negatieve. „Zonder hobbeldobbel op mijn scootmobiel op mooi geasfalteerde fietspaden”, reageert „Invalide” bijvoegsel op de site. Maar de klachten overheersen wel. Over moeten omrijden, gevaarlijke



De cityring, met de Mok mee. Spoorlaan (2x), Paleisring, Heuvelring.



foto's John Schouten/PVE

situaties, onlogisch geachte oplossingen. En de snelheid die het autoverkeer ontwikkelt. „Wat ik zelf zie is dat het overdag wel meevalt”, reageert Lauwerier. „Maar 's avonds en 's nachts wordt er soms inderdaad hard gereden. Net als in andere delen van de stad waar er ruimte voor is. Het is

aan de politie om daarop te handhaven.” Snelheidscontroles en zogeheten smiley-borden langs de ring zijn tot nu toe de instrumenten om hardrijders tot bedaren te brengen. Daar blijft het voorlopig bij. „Het is nu nog te vroeg.” Drempels, zoals door enkele re-

'Ik moest zorgen dat de patiënt in leven zou blijven'

Cityring of shittyring? „Het project heet cityring”, zegt Roel Lauwerier afgemeten. Het besluit tot aanleg kwam er destijds onder CDA-verkeerswethouder Els Aarts. Haar twee opvolgers, verantwoordelijk voor de uitvoering, waren toen fel tegen. Eerst Johan van den Hout (SP), nu Lauwerier (VVD). „Een bijzondere positie, maar ik ben daar heel nuchter in. Dat noem je het vak besturen”, zegt die. „Toen ik aantrad lag de patiënt al op de operatietafel. Dan zorg je ervoor dat hij niet tijdens de operatie overlijdt.”

Over de extra autokilometers zegt Lauwerier: „Het was vanaf de eerste minuut helder dat bewoners van de binnenstad in incidentele gevallen extra afstand zouden moeten afleggen. Maar ik denk dat het enorm meevalt. Dat het eerder de verandering zelf is die pijn doet. Je ziet ook gebeuren dat mensen in de binnenstad tegen de stroom in rijden. Maar niet in die mate dat we moeten ingrijpen. Naar suggesties voor aanpassingen zullen we wel serieus kijken.”

B Zie verder pagina's 26 en 27, in video en animatie op bd.nl/tilburg

autoruitschade?

Autotaalglas Tilburg, Ellen Pankruiststraat 13 (aan de smidsweg bij de McDonald's) 013-2833363
autotaalglas
laat je niet barsten
0800-0828

UIT EIGEN WERKPLAATS

meubellijn VITO



100% voor Nederland
Kreienmolenstraat 107
5071 BC Udenhout

www.molenaar-meubelen.nl
Meer dan 500 artikelen online!

Efteling besluit snel over nieuwe attractie

door Michel Koster

KAATSHEUVEL - De Efteling neemt deze maand een besluit over een mogelijk nieuwe 'jubileumattractie' voor volgend jaar. Het attractiepark bestaat in 2012 zestig jaar en wil dat uitgebreid vieren. Volgens de Efteling is het nog niet honderd procent zeker dat de nieuwe attractie doorgaat en ze wil daarom nog niet veel kwijt over de plannen. De mijlpaal wordt hoe dan ook groots gevierd, aldus Efteling-directeur Bart de Boer. De Efteling investeert volop in het park. Donderdag is de officiële opening van de magische stad Raveleijn (50 miljoen euro). Vorig jaar is de houten achtbaan Joris en de

Draak in gebruik genomen (13 miljoen euro). Verder is de Efteling druk bezig met de plannen voor Hartenhof, met 42,5 miljoen de grootste attractie in de geschiedenis van het bedrijf. De opening daarvan is niet voor 2013 te verwachten. Ook zijn er plannen voor uitbreiding van het sprookjesbos met een nieuw sprookje, waarschijnlijk 'De nieuwe kleren van de keizer'. „Maar dat is niet de jubileumattractie waarover wij nadenken”, aldus De Boer. Volgens hem moet de Efteling investeren om bij de top drie van de attractieparken in Europa te blijven horen.

Zie verder pagina 36: Het monster brult al in magische stad

Abonnee worden?
Brabants Dagblad
brabantsdagblad.nl/abonneren

Zondag open!
10.00-17.00 uur

TILBURG
Hornbach bouwmarkt en tuincentrum
Hestiasstraat 1, tel. 013 - 578 05 78
www.hornbach.nl

HORNBAACH 6x op rij
„Beste Bouwmarkt”

Er is altijd iets te doen.



BRABANTS DAGBLAD

brabantsdagblad.nl/oss
redactie.oss@brabantsdagblad.nl

Jack van Lieshout
nieuwe Osse
centrummanager
pagina 22/23

EduForum helpt
met invulling
CKV-onderwijs
pagina 24/25



'Eerst het vertrouwen terugwinnen'

Dinsdag 2 november 2010

6 weken voor € 18,-!

Abonneren?

Zie boni elders in krant of kijk op
brabantsdagblad.nl/abonneren



Kijk voor aanbiedingen voor
abonnees op:
brabantsdagblad.nl/abonneevoordeel

Oss en omgeving

KRACHT VAN OSS

Fonds Osse firma's

In het rapport De Kracht van Oss is de economische staat van de stad doorgelicht. In opdracht van de Rabobank worden er ook veertien aanbeveling gedaan. Een van de punten is het oprichten van een lokaal investeringsfonds.

door Henk Snijders

OSS – Een lokaal investeringsfonds voor Oss oprichten. Deze oproep komt uit het onderzoek De Kracht van Oss dat in opdracht van de plaatselijke Rabobank is uitgevoerd. De bank initieert een onderzoek naar de haalbaarheid van zo'n fonds en zal er, als het er komt, ook financieel in participeren. Dat verklaarde Rabo-directeur Theo Vinken gisteravond bij de presentatie van het rapport in theater de Lievekamp. Burgemeester Klitsie omarmde direct het initiatief. „Het komt op het juiste moment. Ik roep iedereen op eraan bij te dragen, mijzelf in het bijzonder.“ Volgens Klitsie kan de gemeente zich niet afzijdig houden. Daarom nam hij ook de vrijmoedigheid de coalitie die na de raadsverkiezingen van 24 november Oss gaat besturen, te verbinden aan deze toezegging. „Ook al komt er een tijd van bezuinigingen, dan moet je het vasthouden van werkgelegenheid ontzien.“ Daarom tekende economisch wethouder Jan van Loon ook samen met de Osse ondernemersverenigingen, de Kamer van Koophandel en de Rabobank een manifest dat onder meer de haalbaarheid van het investeringsfonds gaat onderzoeken.

Voorzitter Ton Nelissen van de Kamer van Koophandel stelde dat zijn organisatie niet met geld kan deelnemen aan het fonds. „Wel kunnen we onze kennis inbrengen.“ Nelissen noemde Oss vanwege de hoge toegevoegde waarde voor de Brabantse en Nederlandse economie. „Binnen Brabant staat Oss bekend als de meest ondernemende gemeente.“

 **Zie verder pagina 26 en 27: Oss promotie weer nieuw leven in blazen**

door Wim Arts

HERPEN – Zowel het scheenbeen als het kuitbeen is op meerdere plaatsen gebroken. Het herstel kan een jaar duren. Dat kreeg Jordie Suppers, spits van voetbalclub Herpinia, gistermorgen in het ziekenhuis in Veghel te horen.

De grote vraag voor hem, voor zijn ouders, voor zijn broer Bjorn en voor Herpinia is: kan hij ooit nog het veld op? Jordie zelf houdt hoop, zei hij gistermorgen op zijn ziekbed thuis. „Je moet natuurlijk afwachten hoe de revalidatie gaat, maar ik wil toch proberen terug te komen. Want ik hoop toch echt niet dat mijn loopbaan op deze manier moet eindigen.“

Maar het is wel dramatisch, zegt hij er meteen bij. Zijn rechterbeen zit in het gips. Vrijdag wordt hij geopereerd, de dokter wil het been eerst nog wat rust gunnen.

De wedstrijd van Herpinia tegen HVV zondagmiddag was een half uur bezig, toen Jordie alleen op de doelman van Helmond afging. „Ik was ongeveer op de penaltystip toen ik iemand achter mij hoorde aankomen. Heel snel. Ik verwachtte een sliding, ik hield in en wilde de bal terughalen om de sliding te ontwijken.“

Maar toen werd de spits van Herpinia vol van achteren geraakt door HVV-verdediger Rob Verbaarschot. Jordie: „Hij ging dwars door me heen. Nog voordat ik de grond raakte wist ik dat het mis was.“ Zijn moeder Truus wist ook meteen dat het niet goed was. „Jordie gaat nooit snel liggen. Nu viel hij en hij bleef liggen.“ Zij en haar man Hans volgen de voetballende zoon Jordie (34) en Bjorn (32) elk weekend. Vader Hans is kwaad: „Het was gewoon een doodschot. Er wordt wel vaker iemand onderuitgehaald op het veld, maar dit kan gewoon niet.“

Verbaarschot krijgt rood, Herpinia een strafschoot. Jordie wordt met een ambulance naar het Helmondse ziekenhuis gebracht.

Jordie is op een goede manier fanatiek, zegt moeder Truus. Maar een dag na de 'aanslag' reageert hij rustig en ogenschijnlijk wat gelaten. Hij kan niet zeggen of hij zijn tegenstander iets kwalijk neemt. En over de vraag of je zo iemand juridisch aansprakelijk kunt stellen, heeft hij nog niet echt nagedacht. Maar de familie Suppers is wel bezig met die vraag. Jordie is samen met Bjorn eigenaar van het bouwbedrijf Suppers Herpen. Ze hebben het eerder dit jaar overgenomen van hun ouders. De langdurige uitschakeling heeft ook voor het bedrijf ernstige gevolgen.

Volgens voorzitter Frans van Dijk van HVV is de speler die de over-

tredding beging behoorlijk aangeslagen. Jordie heeft hem nog even gezien voordat hij naar het ziekenhuis werd gebracht. „Hij heeft me nog een hand gegeven.“ Van Dijk: „Die jongen is net zo geschrokken als anderen. Ik vond de rode kaart terecht, maar die over-

tredding zou ik geen doodschot willen noemen. Als het anders was, zouden wij zelf meteen maatregelen nemen, daar zijn we heel strikt in.“ Herpinia-voorzitter Wim van Hoogstraten stelt dat HVV de zaken zondag correct en kordaat heeft afgehandeld. „Voor Jordie is

het triest als dit het einde zou zijn van zijn loopbaan. Hij is voor ons een waardevolle en belangrijke speler. Het zou mooi zijn als hij samen met Bjorn nog even bij Herpinia zou kunnen spelen.“ Als iemand dat hoopt, is het Jordie zelf.



Jordie Suppers thuis op het ziekbed, in afwachting van de operatie komende vrijdag. 'Nog voordat ik de grond raakte, wist ik dat het mis was.' foto Dolph Cantrijn



foto Maarten Reith/DC

Jonge stier velt Rijnzwemmer

Een Arnhemse man die vrijwel dagelijks vanuit uiterwaardenpark Meinerswijk een duik neemt in de Rijn bij Arnhem is gistermiddag aangevallen door een jonge stier. De man raakte zodanig gewond dat hij per traumahelikopter naar het Radboud Ziekenhuis in Nijmegen is overgebracht. Erik Wijers, boer in Meinerswijk en eigenaar van de stier, vermoedt dat het jonge dier zijn kudde wilde beschermen. „Hij loopt sinds kort in de wei bij vijf pinken die gedekt moeten worden. Kennelijk voelde hij zich bedreigd. Het blijven onbetrouwbare dieren.”

Zie ook pagina

Borden waarschuwen tegen jonge stier

12

ME op scherp bij Vitesse

ARNHEM - De Mobiele Eenheid (ME) is gisteren, na afloop van de wedstrijd Vitesse-NEC, stadion Gelredome ingegaan om te voorkomen dat NEC-supporters uit het uitvak zouden breken. Optreden bleek uiteindelijk niet nodig. Het is zeldzaam dat de ME in het stadion wordt ingezet. Buiten het stadion moest de ME wel enkele keren met korte charges in actie komen tegen Vitesse-supporters die in de buurt van de bussen van NEC-fans wilden komen. Daarbij werden ook paarden en honden ingezet. Er werden vijf aanhoudingen verricht, onder meer voor het gooien van stenen naar passerende auto's. Toch spreekt de politie van 'een rustig verloop'.

TOERISME Plan RBT KAN om terugkomen naar Arnhem te belonen

Voordeelkaart voor trouwe stadsbezoeker

Het regionale toeristenbureau RBT KAN werkt aan een Arnhem Loyalty Card voor toeristen die terugkomen. Samen met de binnenstadondernemers wil het RBT KAN een loyaliteitsprogramma met onder meer gratis parkeerplekken of streekmenu's.

door **Bob van Huÿt**

ARNHEM - Er bestaan al verschillende soorten loyalty cards in de toeristische branche maar nog niet eentje waar een hele stad zich aan verbindt, aldus Jurriaan de Mol, di-

recteur van het Regionale Bureau voor Toerisme. Arnhem kan zich met zo'n kaart onderscheiden. Binnenkort gaat hij de plannen ontvouwen. „Mensen die naar Arnhem komen en dat nog een keer willen doen, gaan we straks heel gastvrij ontvangen. Het kan niet zo zijn dat je alleen maar puntjes spaart als je bij Albert Heijn wat koopt. Wie gast is van deze stad wordt beloond voor zijn trouw.” De Mol wil deze gasten in de watten leggen. „Mensen die al twee keer geweest zijn kunnen we aanbieden gratis de auto te parkeren of uitnodigen voor een diner tijdens het wildeizoen op de Velu-

we. Een speciale aanbieding van streekgerechten die we in Arnhem serveren.”

Volgens De Mol heeft Arnhem voldoende attracties en musea die het interessant maken om terug te komen. Ook Alex van Hooff, directeur van Burgers' Zoo denkt dat een kaart kan bijdragen om Arnhem te promoten als 'weekendbestemming'.

Overigens bestaat er sinds vorig jaar al een digitale gastenkaart voor de Veluwe-regio, de Veluwe-card. Gebruikers krijgen een dag gratis openbaar vervoer op de Veluwe en een boekwerkje met aanbiedingen van bedrijven.

Vrouw slaat deuk in auto met haar schoen

ARNHEM - Een 40-jarige Arnhemse is vrijdagavond aangehouden omdat ze op de Kastanjelaan een auto beschadigd had. Met haar schoen had ze deuken geslagen in het voertuig. Agenten waren gewaarschuwd omdat de vrouw gillend over straat liep. Bij haar aanhouding verzette ze zich hevig. Ze probeerde de agenten te schoppen en te bespugen. De vrouw is overgebracht naar het politiebureau.

Slingerend in de auto met een slok op

ARNHEM - Een 42-jarige man uit Schaijk is zaterdagavond aangehouden wegens rijden onder invloed. De politie kreeg een melding dat de man slingerend met zijn auto rondreed en diverse malen bijna een ongeluk veroorzaakt had. Op de Huissensestraat werd hij stilstand aangetroffen met een lekke band. Op het politiebureau bleek dat hij een promillage van 2,45 had.

GROOT KLIMMENDAAL

Via de eigen computer thuis revalideren

- Op maat gesneden trainings-schema's voor revalidanten van Groot Klimmendaal.
- Cliënten met chronische pijn en Parkinson kunnen in Arnhem meedoen aan landelijke pilot.
- Experiment tot maart 2013.

door **Berrie van Helden**

ARNHEM – Cliënten van Revalidatie Medisch Centrum (RMC) Groot Klimmendaal in Arnhem doen mee aan een experiment waarbij ze thuis via hun eigen computer oefeningen doen. Ze volgen een op maat gesneden trainingsschema dat hun therapeut heeft opgesteld en dat via de site Telerevalidatie.nl met een wachtwoord en code toegankelijk is. Vooral nog doen tien cliënten met chronische pijn en Parkinson mee met de pilot. Micha Verhagen, ma-

nager innovatie en projectleider Dymphy Kusters hopen dat aan het eind van het experiment, maart volgend jaar, 30 cliënten met chronische pijn en 20 met Parkinson thuis trainingen doen. Behalve Groot Klimmendaal zijn ook twee revalidatiecentra in Amsterdam en Hilversum en het onderzoeksinstituut Roessingh Research and Development uit Enschede bij de pilot betrokken. Aan de test doen cliënten met de chronische longziekte COPD, astma, reuma, Parkinson en chronische pijn mee. Een van de grote voordelen is volgens Kusters en Verhagen het gegeven dat de cliënt de vrijheid heeft te oefenen wanneer hij wil. Daarnaast hoeft hij niet geregeld naar een revalidatiecentrum te reizen. Kusters verwacht dat veel cliënten gebruik zullen gaan maken van Telerevalidatie. „Je moet wel een computer hebben en daar mee om kunnen gaan.“

Buurtprotest tegen meer bussen naar Burgers' Zoo

ARNHEM – Bewoners van de Arnhemse wijk Cranevelt protesteren tegen het plan om meer bussen te laten rijden naar Burgers' Zoo. Ze eisen dat de voorgenomen route van buslijn 3 via de Peter van Anrooylaan en de Wollaan wordt gewijzigd in een alternatief traject via de Schelmsweg. „We willen geen gelede bus 144 keer per dag door onze straat“, luidde de kritiek die maandagavond werd overgebracht op het stadhuis aan de raad. Volgens de buurt veroorzaken de bussen nu al veel overlast, „aan rillingen voor de huizen en aan gevaarlijke situaties op mo-

menten van spits, vooral tijdens de drukte rond de school hier“. Wethouder Martijn Leisink van Verkeer acht de straten geschikt voor de bus. Verontwaardigde bewoners gingen na afloop van de vergadering bij de lift nog een half uur met de D66-bestuurder in discussie over de kwestie. Leisink riep de bewoners op de zaak uit te vechten met busvervoerder Hermes. „Hermes denkt bij u klanten te vinden.“ De bewoners eisen dat de gemeente Hermes de pas afsnijdt. „De gemeente heeft onze straten nota bene net verkeersluw gemaakt met wegversmallingen.“

ZEDENRECHERCHE

Door de Amsterdamse zedenzaak en de schandalen binnen de r.k. kerk is er veel aandacht voor zedenzaken. Toch werkt de afdeling Zeden van de politie meestal in de luwte.

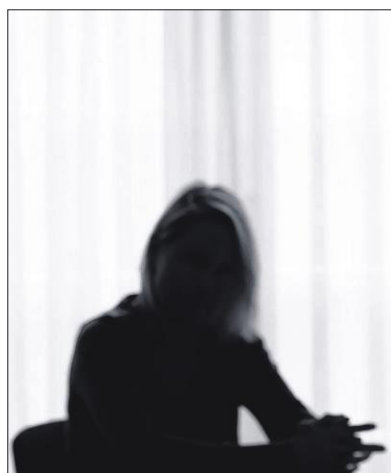
Topdrukke in luwte

Hoewel zedenzaken voor veel maatschappelijke beroering zorgen, wordt in het belang van het slachtoffer over veel zaken weinig tot niets naar buiten gebracht.



door **Harold Schuil**
harold.schuil@gelderlander.nl

De verkrachtingszaak in de Arnhemse Nijhoffstraat en Park Sons-beek, de verkrachting van een 6-jarig meisje in Ede en een nog onopgeloste zedenzaak in De Steeg, met lopende onderzoeken in drie grote zaken heerst topdrukke bij de afdeling Zeden van de politie Gelderland-Midden. De zaken vergen veel tijd van het team. De aandacht doorbreekt de stilte die vaak rond zedenzaken in acht wordt genomen. Slechts een heel klein deel van alle zaken krijgt aandacht in de media. „Dat heeft een reeks oorzaken“, legt Bert ter Haar, teamleider van de afdeling Zeden, uit. „Met een deel van de meldingen kunnen we niets omdat formeel geen sprake is van een strafbaar feit. Het slachtoffer voelt zich verkracht, maar wetelijk is het dat niet. Omdat een slachtoffer niet duidelijk genoeg 'nee' heeft gezegd.“ Zaken die in een huis spelen of binnen een relatie zijn erg moeilijk bewijsbaar. Ter Haar: „Die brengen we in verband met de privacy van de betrokkenen daarom ook niet naar buiten.“ In zedenzaken schuilt altijd het gevaar van de valse aangifte. Ter Haar: „Nog een reden waarom we erg voorzichtig zijn met het naar buiten brengen. Het is toch wel even iets anders dan vals beschul-



digd te worden van een fietsendiefstal. Een valse aangifte stigmatiseert de verdachte enorm. Je kunt ook niet over een zaak communiceren en drie dagen later melden dat er niets aan de hand was.“ Zedenrechercheur Hanneke Hendriks vult aan: „Er zijn zelden getuigen, het is vaak het woord van de één tegen dat van de ander. Daarom vragen we kritisch door. Soms ontdek je dat het simpelweg niet kan zoals de aangever het schetst.“ Haar collega, Ester Oostveen, voegt daar aan toe: „Een meisje komt te laat thuis en moet een uitleg geven, dus verzin ze een aanleiding. Vader belt in alle staten

de politie en voordat het meisje het door heeft, is er een trein op gang gekomen die niet meer te stoppen is. De recherche gaat aan het werk, het meisje moet naar het ziekenhuis voor onderzoek. Probeer die trein dan maar weer eens te stoppen door toe te geven dat je hebt gelogen.“ Ondanks de betrachting terughoudendheid is er de laatste jaren wel steeds meer aandacht voor zedenzaken. Door alle aandacht voor het misbruik in de katholieke kerk, misbruik bij instellingen en door de Amsterdamse zedenzaak besluiten slachtoffers nu jaren later als nog aangifte te doen. Ter Haar: „Zedenzaken zijn 'hot', momen-

COLOFON

Redactie Arnhem & Omstreken
Kaldesstraat 3
Postbus 9500, 6800 KX Arnhem
Tel: 026 3579751 **Fax:** 026 3579703
e-mail: redactie.arnhem@gelderlander.nl
redactie.vulweezoom@gelderlander.nl
Internet: dg.nl
Mobiel internet: m.dg.nl

Chief: John Bruijns, 026 3579752
Redactie Stad: Rob van der Heiden
teamleider 026-3579771, Marco Bouman,
Wilma de Cort, Henk van Gelder, Berrie van Helden, Bob van Hult, Harry van der Ploeg,
Maarten Reith, Harold Schuil, Leon van Wijngaarden, Damien Wüst, Piet Venhuizen

Redactie Streek: Marc van Onna teamleider,
026-3579785, Henk Aalbers, Paul Balwerk,
Kees Jansen, Martin Hermits, Wilma Reinders
Eindredactie: Petra Berendsen, Erika van Gik,
Margriet Verschoor
Redactie Sport: Ighbert van der Weerd
teamleider, 026-3579761, Gerard Borgman,
Marco Houterman, Pim Roelofs
e-mail: sport.arnhem@gelderlander.nl
Advertenties:
Arnhem: Marjo Limpens 08801-32509,
Renkum: Maurice Doppen 08801-32506,
Vulweezoom-Oost: Maurice Doppen
08801-32506
e-mail: advertenties.nijmegen@gelderlander.nl

Lezersredactie: werkdagen van 10.30 tot 12.15 uur, 0800-0226766
e-mail: lezersredactie@gelderlander.nl
Vraag over abonnement? Krant niet ontvangen? Bel 08801-39950

Op de inhoud en vormgeving van De Gelderlander rust auteursrecht. Voor het overnemen, kopiëren en verspreiden, op welke wijze dan ook, heeft u toestemming nodig.

Pluryn begint met leefgroep voor jonge moeders met lichte handicap

door **Berrie van Helden**

ARNHEM – Jonge moeders met een licht verstandelijke handicap kunnen binnenkort rekenen op intensieve steun bij de opvoeding van hun kind. Pluryn, een regionale organisatie die mensen met een handicap ondersteunt, begint met een Moeder- en kindhuis in een woning op het terrein van Lindenhout. Dat is een organisatie die hulp biedt bij het opgroeien en opvoeden. Ze is gevestigd aan de Heijenoordseweg 1 in Arnhem. De eerste moeder met baby wordt over drie weken verwacht. Volgens clusterleider Ria van Rem-

merden bestaat er in de regio Arnhem behoefte aan een Moeder- en kindhuis. „Er zijn hier immers weinig tot geen opvangmogelijkheden voor deze jonge moeders. We vulen die leemte op. Wij helpen de moeder en kind samen een goede start te maken.“ Het initiatief is bestemd voor meiden in de leeftijd van 14 tot 23 jaar oud. „Ze zijn er nog niet aan toe zelfstandig te wonen en hun kindje te verzorgen“, zegt Van Remerden. Normaal gesproken krijgen deze meiden volgens haar alleen ambulante hulp thuis. Pluryn biedt moeder en kind echter intensieve hulp. Ze komen terecht in

een leefgroep met 24 uur per dag ondersteuning binnen handbereik. In de leefgroep is plaats voor zes meiden. Ze krijgen allen een eigen slaapkamer, er is een gezamenlijke woonkamer. Volgens Van Remerden leren de jonge vrouwen stapsgewijs alle vaardigheden die nodig zijn om zelfstandig te worden. Na de behandeling kunnen de jonge moeders doorstromen naar een vorm van zelfstandigheid. In 2013 komen er zeventien nieuwe appartementen voor Pluryn beschikbaar in de Arnhemse wijk Schuytgraaf. De moeders krijgen hier een appartement met een eigen voordeur.



Kijk voor De Gelderlander op je mobiele telefoon op:
m.dg.nl

dinsdag 22 mei 2012 De Gelderlander

arnhem & omstreken | 23

'Een valse aangifte stigmatisert de verdachte enorm. Je kunt niet over een zaak communiceren en drie dagen later melden dat er niets aan de hand was'

Bert ter Haar, teamleider afdeling Zeden

'Ouders pakken het liefst hun kind onder de arm en nemen het mee naar het bureau. We moeten ze uitleggen dat ze even moeten wachten op de intake'

Hanneke Hendriks, zedenrechercheur

bij Zeden



Een zedenrechercheur houdt een intakegesprek met een aangeefster.
Geïllustreerde foto ANP

teel. Er is tegenwoordig veel sneller sprake van collectieve verontwaardiging. Men stapt veel sneller naar de politie. Door de omgeving zo snel mogelijk goed te informeren, kan onrust worden voorkomen dat indianenverhalen een eigen leven gaan leiden."

Het team Zeden heeft veel aandacht voor de geestelijke gesteldheid van de medewerkers, die een hoop narigheid voor hun kiezen krijgen. Ook in de opleiding wordt daar veel aandacht aan besteed. Hendriks: „In elke verhoorkamer

staat wel een doos tissues; er wordt hier wat afgehuild door slachtoffers. Over het algemeen lukt het goed zaken niet mee naar huis te nemen. Ik kan werk en privé goed scheiden. Ik word hooguit boos als ik naderhand hoor dat een verdachte een in mijn ogen te lage straf heeft gekregen." Ter Haar: „Ik kan erg kwaad worden als ik hoor dat slachtoffertjes soms na jaren misbruik nog zoveel loyaliteit hebben naar de dader. Hendriks: „Ik word heel boos op verdachten die de verantwoordelijkheid bij het slachtoffer leggen."

Zedenrechercheurs in grote onderzoeken

- In grootschalige onderzoeken, zoals de Arnhemse verkrachtingszaak, is een belangrijke rol weggelegd voor zedenrechercheurs.
- Ze vangen het slachtoffer op, soms al op de plaats van het delict. Ze gaan mee naar het ziekenhuis voor het medisch-forensisch onderzoek.
- Zedenrechercheurs voeren het intakegesprek en als er een dader in beeld is, verhoren ze die ook.
- Niet alle zaken in een onderzoek vergen het specialisme van een zedenrechercheur. Technisch onderzoek of een alibi natrekken kan een algemeen rechercheur doen.
- Een deel van hun tijd besteden zedenrechercheurs aan de opsporing van kinderporno, al wordt het meeste werk op dat terrein gedaan door de bovenregionale recherche.
- Ook houden zedenrechercheurs een deel van hun tijd als familierechercheur contact met slachtoffers en nabestaanden.
- Jaarlijks komen er 450 tot 500 meldingen bij het team terecht. Hoeveel alle meldingen zeer serieus worden genomen, kan maar in 20 tot 30 procent uiteindelijk proces-verbaal worden opgemaakt tegen een verdachte.

Na intake heeft aangever vijf dagen bedenktijd

ARNHEM – Het begin van iedere zedenzaak is een intakegesprek. „Tijdens dat gesprek stellen we kritische vragen en proberen we een zaak zo goed mogelijk op papier te krijgen", zegt zedenrechercheur Hanneke Hendriks. Tijdens de intake krijgt de aangever te horen wat hem of haar te wachten staat: dat er gedetailleerde verklaringen moeten worden afgelegd, hoe de procesgang is en dat er veel tijd overheen kan gaan voordat een zaak is afgerond. Ook wordt gekeken of een zaak mogelijk is verjaard.

Hendriks: „Soms is dit een drempel om met de intake door te gaan. Niet als de mededeling dat het een strafbaar feit is een valse mededeling, maar toch moeten we er op wijzen."

Na de intake heeft een aangever vijf dagen bedenktijd om te laten doordringen wat hem of haar te wachten staat. Van een deel van de zaken hoort de politie niets meer. Soms zoekt de politie zelf contact, zonder de aangever te beïnvloeden.

Het intakegesprek en alle verhoren worden op band opgenomen. Als een aangever besluit de aangifte

toch niet door te zetten, kan een officier van justitie besluiten de verdachte zonder aangifte toch te vervolgen. „Als het niet wenselijk is om een verdachte te laten lopen. Bijvoorbeeld omdat de kans bestaat dat anderen slachtoffer worden van dezelfde dader", zegt zedenrechercheur Ester Oostveen. Kinderen tussen de 4 en de 12 jaar oud moeten altijd in een speciale verhoorstudio worden gehoord door een gecertificeerde rechercheur en een regisseur, die het verhoor van buiten de studio volgt. Dezelfde methode wordt gebruikt voor aangevers met een verstandelijke beperking.

Ouders die denken dat er iets is gebeurd, pakken het liefst het kind onder de arm om naar het bureau te gaan. Hendriks: „Zo werkt het niet. Ouders snappen dat soms niet. Ze willen, begrijpelijk, dat direct actie wordt ondernomen. We moeten uitleggen dat ze even moeten wachten op de intake. Dat ze het kind niet te veel moeten bevragen en zeker niet beïnvloeden. Het kind moet in zijn eigen woorden kunnen zeggen wat er is gebeurd. Als er al veel is gesproken, is het beeld van het kind over wat er gebeurd is al gekleurd."

Roofdieren, duiven en het rad des doods

ARNHEM – Met vereende krachten worden maandagmiddag zo'n honderd spots tot in de nok gehesen van de tent van circus Herman Renz. Op de dag dat de kermis Arnhem verlaat, slaat het circus zijn kampement op naast stadion GelreDome.

Rond de middag staat de tent nog op de kale klinkers, maar dat verandert in de loop van de dag. „We leggen een dikke laag zand, waarover het zaagsel voor de piste gaat", zegt Mathijs te Kiefte, woordvoerder van het circus. „De paarden van Michel Jarz gaan in volle galop de piste in. Dat heb je een goede ondergrond nodig."

De paarden zijn niet de enige dieren van het circus. Terwijl de tent wordt opgebouwd, grommen op een paar meter afstand de grote katten van dompteur Tom Dieck junior. Op het hoogtepunt van zijn act staat hij in de piste met negen roofdieren: twee lijgers – die een leeuw als vader en een tijger als moeder hebben –, twee witte leeuwen en vijf Bengalse tijgers. Dat lijkt in schril contrast te staan met het nummer van 'duivenfluitster' Andrejs Fjodorovs. Te Kiefte verzekert dat dit nummer spectaculair is. „Het klinkt saai, maar dat is het allerminst."

Qua acrobatiek heeft het circus twee nummers die met elkaar wedijveren: het rad des doods en een koorddansact op tien meter hoogte. Het stalen rad ligt nu nog in het gras naast de roofdierenkooi. Te Kiefte: „Alles wordt begeleid door het zevenkoppige live-orkest. Dat speelt geen hoempa-muziek, maar flitsende muziek, bijvoorbeeld uit Symphonica in Rosso", zegt hij met een knipoog naar 'buurman' GelreDome.

Te Kiefte benadrukt dat het hier circus Herman Renz betreft. Zoals vaker in de circuswereld zijn er meerdere kapers op de kust als het op een gerenommeerde naam gaat. „Ook andere circussen gebruiken de naam Renz, alleen is hun show onvergelijkbaar met die van ons."

➤ [renz.nl](#)
Meer info en reserveringen

Politie zet foto's dieven duur horloge op internet

ARNHEM – De Arnhemse politie heeft gisteren foto's op het internet gezet van vier dieven die op dinsdag 20 maart een peperduur horloge stalen. Het horloge heeft een waarde van enkele duizenden euro's en werd weggenomen bij een juwelier in de Weverstraat. De dieven kwamen vlak voor de middag de zaak binnen. Ze vroegen de juwelier informatie over een horloge. Daarna gingen ze er vandoor. De juwelier miste even later een duur horloge.

Er werd direct alarm geslagen. In de omgeving van de Weverstraat werd naar de dieven gezocht. 's Middags werd het kwartet op-

nieuw in de Arnhemse binnenstad gezien, maar het wist op nieuw te ontkomen.

De politie heeft eerst 'binnenshuis' gekeken of iemand de daders herkende. Dat verklaart waarom het twee maanden heeft geduurd voordat de foto's zijn verspreid. „Justitie moet toestemming geven voor we foto's kunnen publiceren", legt een woordvoerder uit. „Het is een zwaar middel, dat we niet zo maar inzetten. Zo moet voor het misdrijf voorlopige hechtenis zijn toegestaan."

➤ [depolitiezoekt.nl](#)
Meer informatie over de zaak

Verzet Doesburg tegen ontslagen bij Presikhaaf

DOESBURG – Geen ontslagen bij werkvoorzieningschap Presikhaaf. Daarvoor maken de PvdA in Doesburg en ook de regionale SP-afdelingen zich sterk. Presikhaaf wil van 344 mensen met een tijdelijk contract de arbeidsovereenkomst niet verlengen. Onder hen zijn 92 mensen die al bijna drie jaar bij het schap werken. Aanleiding voor de ingreep is de bezuiniging van de rijksoverheid op de sociale werkvoorziening, die na het demissionair worden van het kabinet overigens op losse schroeven staat. De Doesburgse PvdA vindt dat Presikhaaf geen 'ononkeerbare maatregelen' moet nemen.

NU OOK IN EDE

40% KORTING OP ALLE A-MERKEN SANITAIR

PROFITEER NU!

sanidirect
DIRECT DE KLIMTIE ADOP!

GEREBIT TOILETSET:
Compleet set aanbrengen door installateurs.

Adviesprijs 711,-
DIRECTPRIJS **289,-**

➔ GA DIRECT NAAR ONZE WEBSHOP EN PROFITEER!

Sanidirect Ede, Lorentzstraat 2-6,
6716 AD Ede, Telefoon: 0318 636 339
www.sanidirect.nl

ZE PINKSTERDAG GEOPEND

NIEMERGS GOEDKOOPER

Het nieuwskarakter van editiepagina's wordt versterkt door relatief opvallende nieuwskoppen boven institutionele berichtgeving en door de uitgebreide weergave van gemeentelijke maatregelen, ook als die informatie meer een service- dan een nieuwskarakter heeft. Uit de editieberichtgeving van een willekeurige dag rijst het beeld op van redacties die ijverig de rol van dorpsomroeper vervullen, waartegen de zelf toebedachte rol van kritische volger van de macht bleek afsteekt.

Bronvermelding en transparantie

Van alle artikelen en berichten in de onderzochte edities van het Brabants Dagblad en De Gelderlander meldt twee derde géén bron of hooguit één bron. Bij korte berichten gaat het vaak om politieberichten, aankondigingen en verenigingsnieuws. In de langere artikelen vermeldt de redactie bijna altijd een bron, maar een derde (Brabants Dagblad) tot de helft (De Gelderlander) van alle langere artikelen vermeldt niet meer dan één bron (zie tabel 5.5). Voor de uitsplitsing naar edities zie bijlage 10. Het journalistieke adagium 'één bron is geen bron' gaat maar ten dele op voor het editienieuws zoals dit in de krant verschijnt.

Tabel 5.5 Bronnen in editieberichtgeving Brabants Dagblad en Gelderlander

	Artikelen & berichten	Bronnen totaal	waarvan meldbron	veldbrn	Gemidd. per art.*	Eén bron
Lang > 30 r.	553	1028	122	906	1.6	231
Kort ≤ 30 r.	630	141	44	97	0.2	595
Nieuwsrubriek	68	61	3	58	0.9	9
Totaal	1251	1230	169	1061	1.0	835

**Gemidd. per art. = Gemiddeld aantal bronnen per artikel/bericht*

Toch mogen we er niet van uit gaan dat voor artikelen die geen bron of hooguit één bron vermelden, ook slechts één bron is geraadpleegd.

Een voorbeeld: De Tilburgse eerste pagina opende met het bericht dat er op proef in het weekeinde een nachtbus komt tussen Kaatsheuvel en Tilburg.⁵⁸ Het bericht bevatte feitelijke mededelingen die niet verwezen naar een bron. Navraag bij de verslaggever leerde dat er in de wekelijkse besluitenlijst van B. en W. van Loon op Zand één zin aan was gewijd. De verslaggever vroeg en kreeg de onderliggende

⁵⁸ 'Eerste rit nachtbus in zicht', Brabants Dagblad, 17 maart 2011.

stukken, deed navraag bij de gemeente en vroeg een provinciewoordvoerder of de provincie al akkoord was. Hij baseerde zich op een meldbron en twee veldbronnen, maar in het bericht is geen enkele bron te identificeren.

Onzichtbare meldbronnen

Van alle bronnen die in de editieberichtgeving worden vermeld, verwijst 14 % naar een meldbron (zie tabel 5.5). Dat kan zijn een rapport, een persbericht of een ander document in print en online dat aanleiding is voor een bericht. Gaan we alleen af op dit resultaat van inhoudsanalyse, dan onderschatten we het gebruik van meldbronnen door de redactie.

Het onderzoek op de redactie Arnhem levert aanwijzingen op voor het sterke vermoeden dat persberichten en andere documenten een grotere rol spelen in de berichtgeving. Observatie en gesprekken met verslaggevers brengen routines aan het licht die kunnen verklaren waarom de lezer minder meldbronnen ziet vermeld dan de redactie heeft geraadpleegd:

- De meldbron wordt niet expliciet gebruikt in de berichtgeving, maar dient als kapstok voor de verslaggever om een of meer personen over de informatie uit de meldbron aan het woord te laten. Verslaggevers geven er doorgaans de voorkeur aan iemand sprekend in een artikel op te voeren dan passages uit een rapport of een besluit te citeren.
- De meldbron wordt niet gebruikt omdat de verslaggever volstaat met de informatie uit een begeleidend persbericht. Dit is vaak het geval in korte berichten.
- De meldbron wordt wel gebruikt in de berichtgeving, bijvoorbeeld verwerkt in indirecte citaten, parafrases en verbindende tekst tussen citaten van woordvoerders. Maar de verslaggever verwijst er niet expliciet naar, om ruimte te sparen of omdat het naar zijn mening niet om een wezenlijke toevoeging gaat.

Het nabellen van informatie uit persberichten en andere schriftelijke bronnen is op editieredacties routine, zij het dat het niet altijd gebeurt. Het verifiëren van informatie bij een voorlichter of een andere betrouwbaar geachte bron geeft de redacteur de garantie dat de informatie klopt, en dient niet ter verhoging van de transparantie voor de lezer.

Om dezelfde reden raadpleegt een redacteur soms meerdere personen over een onderwerp. Blijken zij hetzelfde te zeggen, dan wordt gewoonlijk slechts één persoon in de berichtgeving opgevoerd.

Verscheidenheid aan bronnen: casus Kunstencluster Arnhem

Het tellen en rubriceren van bronnen per artikel geeft geen betrouwbaar beeld van het brongebruik in langer lopende nieuwsonderwerpen. Als voorbeeld een onderwerp waaraan de redactie Arnhem in mei 2012 veelvuldig aandacht besteedde: de plannen en de discussie over het zogenoemde Kunstencluster.

Kern van het oorspronkelijke plan van het stadsbestuur was het onderbrengen van de Schouwburg Arnhem, het Museum voor Moderne Kunst en het Focus Filmtheater in één nieuw gebouw. De discussie erover raakte in een stroomversnelling na het uitkomen van een haalbaarheidsstudie in mei. De directies van schouwburg, museum en filmhuis, die tot dan toe vóór de gemeenschappelijke nieuwbouw waren, werden kritischer omdat zij vreesden dat het Kunstencluster te klein zou worden om hun ambities te kunnen verwezenlijken.

Gedurende de onderzoeksmaand hebben 15 items in de papieren krant betrekking op het Kunstencluster: 6 nieuwsartikelen, 4 achtergrondartikelen, 1 redactioneel commentaar, 2 opiniebijdragen en 2 lezersbrieven. Online leidt de berichtgeving over het Kunstencluster tot tientallen reacties. Omdat het bronnengebruik door de redactie centraal staat, beperken we ons tot de nieuws- en achtergrondartikelen.

In elk van de zes nieuwsartikelen komt één bron aan het woord. In twee artikelen is dit de wethouder van cultuur, in twee artikelen de woordvoerder namens een groep van 15 prominente ondertekenaars van een manifest tegen het Kunstencluster, in één artikel de voorzitter van het Cultureel Netwerk Arnhem, en in één artikel een raadslid dat deel uitmaakt van de commissie cultuur. In de vier achtergrondartikelen besteedt de redactie aandacht aan de huidige situatie en de perspectieven van schouwburg, museum en filmhuis. Dit gebeurt in interviews met directieleden of hun woordvoerders. In drie van de vier achtergrondartikelen komen twee bronnen aan het woord, in één artikel drie. De drie bronnen in het slotartikel figureren ook in voorgaande achtergrondartikelen. Naast deze veldbronnen maken de nieuws- en achtergrondartikelen gewag van drie meldbronnen: het haalbaarheidsonderzoek plus het standpunt van B. en W., het manifest tegen het Kunstencluster en een alternatieve variant, ontwikkeld door de coalitiepartijen in de Arnhemse raad.

Heeft een telling van bronnen per artikel als uitkomst dat zes van de tien artikelen over het Kunstencluster slechts één veldbron vermelden, de tien artikelen tezamen laten tien verschillende bronnen aan het woord: acht leidende personen uit of namens de Arnhemse culturele sector, de wethouder van cultuur en een raadslid.

De berichtgeving als geheel is pluriform als we op het aantal bronnen af gaan. Maar de discussie voltrekt zich langs de redactionele lijn uitsluitend tussen stadsbestuur en de culturele elite. Een enkele betrokken burger neemt aan de discussie deel via een opinieartikel of ingezonden brief. Er zijn in de onderzoeksperiode geen tekenen van pogingen door de redactie het smalle professionele discussieplatform te verbreden.

De vraag is wel of dit bij een uitgesproken cultureel nieuwsonderwerp kans van slagen zou hebben gehad.

Laten we de berichtgeving over het Kunstencluster vergelijken met die in andere lokale en regionale nieuwsmedia. Het weblog Arnhem Dichtbij berichtte er in mei driemaal over. Een raadslid leverde een opiniebijdrage ('Kiezen voor mensen en niet voor een Cultuurcluster'). De initiatiefnemer van het manifest tegen het Kunstencluster publiceerde het manifest integraal op de site van Arnhem Dichtbij. Er verschenen tien reacties. Verder berichtte de site over het alternatieve plan van de coalitiepartijen. Hierop kwamen geen reacties. De lokale zender RTV-Arnhem besteedde in mei driemaal aandacht aan het onderwerp: het manifest tegen het Kunstencluster met een interview met een van de ondertekenaars, de vijfhonderd handtekeningen die de initiatiefnemers in korte tijd verzamelden, en het alternatieve plan van de coalitiefracties. Omroep Gelderland berichtte in mei tweemaal over het Kunstencluster: het haalbaarheidsonderzoek met het standpunt van B. en W., en het alternatieve plan van de coalitiepartijen. Op de site van de omroep reageerden drie personen. De berichtgeving over het Kunstencluster in andere lokale en regionale media was gebaseerd op dezelfde elitebronnen als die in De Gelderlander.

Voor de bevinding dat een derde tot de helft van alle langere artikelen slechts één bron vermeldt, is nog een tweede verklaring voorhanden. Aan onderwerpen die van meer kanten belicht kunnen worden en waarbij meerdere personen en meerdere visies een rol spelen, wijden redacties regelmatig een serie artikelen. Het interview is hierin een veel voorkomend genre. Dat levert vaak afzonderlijke artikelen op waarin één bron aan het woord komt. Maar over de meerstemmigheid in de behandeling van het onderwerp zegt de gehele serie meer dan elke afzonderlijke aflevering. Voorbeelden zijn de interviewseries die de redactie Oss wijdde aan alle lijsttrekkers voor de gemeenteraadsverkiezingen en aan de medewerkers aan de stadsmusical Octopussy, en de serie die de redactie Arnhem wijdde aan het omstreden zogenoemde Kunstencluster (zie kader Verscheidenheid aan bronnen).

Bronkenmerken

Institutionele bronnen domineren de berichtgeving in de edities Tilburg, Oss en Arnhem (zie tabel 5.6). Tachtig procent van de bronnen is institutioneel. (Voor een overzicht wie tot de institutionele bronnen worden gerekend zie hoofdstuk 3.) In de grootstedelijke edities Tilburg en Arnhem hebben de bronnen uit het maatschappelijk en economisch middenveld de overhand, in de kleinere edities Oss en de Veluwezoom-edities de bronnen uit de sector openbaar bestuur en politiek.

Tabel 5.6 Typering van bronnen in editieberichtgeving van Brabants Dagblad en De Gelderlander

	Bron						
		Autoriteit		Middenveld		Publiek	
	#	n	%	n	%	n	%
BD Tilburg	372	113	30	167	45	92	25
BD Oss	332	163	49	129	39	40	12
BD totaal	704	276	39	296	42	132	18
Groot-Arnhem	392	144	37	191	49	57	14
Renkum-Vel.z	209	79	38	63	30	67	32
DG Arnh totaal	601	223	37	254	42	124	21
BD & Arnh totaal	1305	499	38	550	42	256	20

Een mogelijke verklaring voor de prominente aanwezigheid van middenveldbronnen in de grootstedelijke berichtgeving is dat het bedrijfsleven en het middenveld van onderwijs-, zorg-, culturele en andere maatschappelijke organisaties en instellingen in de centrumsteden Tilburg en Arnhem veel sterker zijn – en daardoor ook meer nieuws genereert – dan in de meer landelijke regio's. In het aandeel autoriteitsbronnen doet het grootste verschil zich voor tussen de edities Tilburg (30 %) en Oss (49 %), in het aandeel middenveldbronnen tussen Renkum-Veluwezoo-Oost (30 %) en Arnhem (49 %).

In alle edities zijn de publieksbronnen (zoals bestuurders van verenigingen, vrijwilligers, daders of slachtoffers, dan wel gewone mannen en vrouwen) duidelijk in de minderheid. In de meest 'publieksvriendelijke' edities Renkum en Veluwezoom-Oost maken ze hooguit een derde uit van het totaal aantal traceerbare nieuwsbronnen. De redactie maakt méér gebruik van publieksbronnen, onder meer in interviews met dorpsgenoten en in verslagen van bewonersvergaderingen en evenementen in de dorpen. Op de pagina's van de editie Oss staan eveneens een relatief groot aantal verslagen van vergaderingen, maar veel vaker dan in Renkum en Veluwezoom-Oost zijn dit raadsvergaderingen.

De mate waarin gewone stads- en dorpsgenoten als nieuwsbron in berichtgeving voorkomen (gewone m/v), laat verschillen tussen edities zien: publieksbronnen komen tweemaal zoveel voor op de groot-Tilburgse pagina's van het Brabants

Dagblad en de Gelderlander-edities Renkum en Veluwezoom-Oost als op de groot-Arnhemse pagina's van DG en de BD-editie Oss. De redactiesterkte en de aard van het verspreidingsgebied leveren geen aannemelijke verklaring voor dit verschil op.

In het brongebruik komt naar voren op welke domeinen van de samenleving de krant gericht is. In de onderzochte kranten komen institutionele bronnen (autoriteiten, het maatschappelijk middenveld en de georganiseerde samenleving) veruit het meeste voor.

Dat deze institutionele bronnen vaak persklare informatie aanleveren, kan een verklaring zijn voor het feit dat een derde tot de helft van de grotere artikelen in de krant stoelt op één bron. Veel van deze informatie heeft een zakelijk karakter, en in die gevallen vinden redacteurs een tweede bron meestal niet nodig. In gesprekken met redacteurs bleek dat zij deze informatie wel belangrijk vinden, reden waarom zij op basis van deze zakelijke institutionele informatie regelmatig tweekoloms en driekoloms artikelen produceren, ook wanneer een eenkoloms bericht zou kunnen volstaan.

We zien verder dat lezers lang niet altijd uit de berichtgeving kunnen opmaken of de redactie meer dan één bron heeft gebruikt, en zo ja, welke bronnen dat waren. De redactie hanteert routines die tot gevolg hebben dat het gebruik van schriftelijke en onlinebronnen (meldbronnen) niet altijd in de berichtgeving zichtbaar is, en ook dat het raadplegen van méér bronnen om informatie te verifiëren meer is bedoeld als interne controle door de verslaggever dan als bijdrage aan de transparantie van het nieuwsgaringsproces ten behoeve van de lezers.

5.3 Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen in het productieproces

In deze paragraaf gaan we na wat de redacties aan doelstellingen en kwaliteitsnormen voor ogen staat in het productieproces en met betrekking tot krant en website. Hiervoor is gebruik gemaakt van de meer algemene opmerkingen van redacteurs in de langere interviews, en van de antwoorden in de vragenlijst over de kwaliteitsmaatstaven die zij aan de krant en de site stellen.

Met betrekking tot het productieproces is de algemene opvatting dat de multimediale en crossmediale berichtgeving moet voldoen aan professionele maatstaven van betrouwbaarheid, objectiviteit en zorgvuldigheid in feitenweergave en taalgebruik. Een deel van de redacteurs tekent hierbij aan dat de site het ook van snelheid en actualiteit in de berichtgeving moet hebben. Eerste versies van actuele berichten moeten daarom zo snel mogelijk worden aangevuld en waar nodig gecorrigeerd, om zo aan de vereisten van betrouwbaarheid en zorgvuldigheid

te kunnen blijven voldoen. Daarnaast moet de site overdag regelmatig worden ververst, wil het onlinenieuws voor bezoekers interessant blijven om te volgen. Dit brengt volgens redacteurs met zich mee dat zij voor het multi- en crossmediale productieproces voldoende tijd behoren te krijgen.

Met betrekking tot de producten krant en website tekenen zich binnen de redacties verschillende opvattingen af. Twee ervan staan duidelijk tegenover elkaar. In de ene opvatting behoren beide mediaplatforms aan dezelfde professionele maatstaven te voldoen, aangezien beide platforms verschijnen onder dezelfde dagbladtitel: een merk dat staat voor kwaliteit en betrouwbaarheid. Volgens de andere opvatting mag de snelheid van onlineberichtgeving het in eerste instantie best winnen van het streven naar volledigheid en betrouwbaarheid, maatstaven die voor de krant gelden. In deze opvatting moet het onlinenieuws ook meer gericht zijn op het trekken van aandacht, en dus van sitebezoekers. Dit brengt met zich mee dat de redactie voor onlinenieuws deels andere onderwerpen kiest, andere kopteksten maakt en pakkender teksten schrijft dan voor de krant. Dit sterke verschil tussen krant en site is ook in beschrijving van het feitelijk verloop van het productieproces naar voren gekomen. De editieplanning stuurt het gehele proces, waarbij onderwerpen eerste in flitsvorm op de site worden geplaatst en vervolgens voor de krant echt worden uitgewerkt.

Terwijl in de eerste opvatting krant én site behoren te voldoen aan de maatstaven uit het professiemodel, staat de tweede opvatting voor twee modellen waaraan een en dezelfde redactie gelijktijdig inhoud geeft: het professiemodel voor de krant, het marktmodel voor de site. In de eerste opvatting oriënteren redacteurs zich op de professionele ideologie, die niet alleen leidend is voor hun eigen beroepsopvatting maar ook voor het merk en de reputatie van het nieuwsmedium in al zijn uitingsvormen. In de tweede opvatting oriënteren redacteurs zich op de lezersmarkt, die voor wat print en online betreft bestaat uit twee grotendeels gescheiden lezersmarkten met duidelijke verschillen in nieuwsgebruik, -wensen en -verwachtingen. Het is overigens een minderheid van redacteurs die expliciet voor een van beide opvattingen kiest.

De door de meeste redacteurs gedeelde opvatting luidt dat de krant staat voor degelijkheid en diepgang, de site voor snelheid en aantrekkelijkheid. Maar de site moet naar hun mening geen afbreuk doen aan de betrouwbaarheid van de berichtgeving die onder de naam van de krant verschijnt. De onlinebezoeker moet via de site worden verleid de krant te lezen, ook bestaat dit streven meer in de beleidssfeer dan in de praktijk.

In de volgende paragraaf wordt op de verscheidenheid aan opvattingen nader ingegaan.

5.4 Spanningsvelden en dilemma's in het productieproces

In het productieproces doen zich spanningen en dilemma's voor tussen professionele standaarden die redacteuren en redacties zeggen hoog te houden, de doelstellingen en eisen met betrekking tot de multimediale en crossmediale productie en presentatie in print en online, en de beperkingen waarmee de redactie in het dagelijkse productieproces wordt geconfronteerd. Het belang dat redacteuren hechten aan professionele standaarden, is vastgesteld via interviews en de vragenlijst, de multi- en crossmediale doelstellingen en eisen zijn nagegaan via de analyse van hoofdredactionele documenten, de condities en knelpunten in de dagelijkse productiepraktijk zijn achterhaald via observaties en korte gesprekken met redacteuren tijdens hun werk. Voor dit laatste aspect is tevens gebruik gemaakt van opmerkingen tijdens de evaluatiebijeenkomst in Oss over ervaringen met de vernieuwde BD-krant, website en werkwijze sinds 2010.

We kunnen vier spanningsvelden onderscheiden naar drie niveaus:

1. Beleidsmatig: hoe verhoudt het Wegener-uitgangspunt *digital first* zich tot inhoudelijk en concurrentieoverwegingen van de redactie?
2. Journalistiek-inhoudelijk 1: hoe verhouden journalistieke maatstaven zich tot de noodzaak rekening te houden met de uiteenlopende kenmerken van de nieuwsplatforms print en online?
3. Journalistiek-inhoudelijk 2: hoe verhoudt de berichtgeving in de krant als samenstelling van nieuwsonderwerpen, bronnen en genres zich tot wat redacteuren beschouwen als de gewenste identiteit van de editieberichtgeving?
4. Organisatorisch: hoe verhoudt de organisatie van planning, productie en kwaliteitsbewaking zich tot de professionele maatstaven en multimediale doelstellingen?

De samenhang tussen deze niveaus kunnen we als volgt beschrijven: in het crossmediale tijdperk wordt de redactie geacht in de organisatie van de productie voorrang te geven aan snelle, aandacht trekkende onlineberichtgeving, en tevens om een krant te produceren die zich kwalitatief onderscheidt in spraakmakende, verdiepende en evenwichtig gepresenteerde berichtgeving. De redactie ervaart dit als doelstellingen die hooguit ten dele verenigbaar zijn en organisatorisch moeilijk gelijktijdig te realiseren zijn. Het gevolg is een journalistieke spagaat.

5.4.1 Digital first: gedifferentieerde maatstaven en producten, één redactie

In paragraaf 2 van dit hoofdstuk constateerden we vast dat de algemene regel *digital first* niet consequent wordt nageleefd. In de observaties en gesprekken kwamen hiervoor twee redenen naar voren:

- onduidelijkheid op de redacties over huisregels met betrekking tot de invulling van beide nieuwsplatforms, en
- concurrentieoverwegingen.

De manier waarop de twee platforms worden ingezet, blijkt op de redacties per dag te verschillen. Nieuwsverhalen, al dan niet in verkorte vorm, worden soms wel en soms niet online gezet. Nu eens verwijzen onderwerpen op de platforms naar elkaar, dan weer niet. Korte berichten verschijnen wel in de krant maar meestal niet op de site, zonder herkenbare lijn.⁵⁹ Tussen de edities van één dagbladtitel zijn er eveneens verschillen: de redactie Oss publiceert ingezonden brieven alleen in de krant, de redactie Tilburg zet ze ook online.

De redacties geven artikelen regelmatig een publicatietijd op internet om niet te veel nieuws weg te geven aan landelijke nieuws- en aggregatiesites en aan andere regionale en lokale media. Volgens de redactiechef in Oss bewaart de redactie mooi nieuws voor de krant om te vermijden dat lokale omroep in Oss het nieuws in de loop van de dag van de BD-site overneemt en het vroeg in de avond bekend maakt. ‘Zo zou een mooie primeur van ons de volgende ochtend voor onze lezers oud nieuws lijken.’

Ook de redactie Arnhem bewaart ‘dikke primeurs’ voor de krant, en zet ander interessant nieuws dat overdag al geproduceerd is, pas ’s avonds online, waardoor andere media er niet mee aan de haal kunnen gaan. Zodra de snelheid en de actualiteit van de eigen nieuwssite ten koste dreigen te gaan van de nieuws waarde van de krant, kiezen de redacties in Arnhem en Oss voor de krant. Met als gevolg dat de redacties het uitgangspunt *digital first* naar eigen inzicht toepassen en deadlines hanteren op een mediaplatform dat geen deadline kent.

Voor de redactie Tilburg spelen concurrentieoverwegingen een minder grote rol bij gebrek aan serieuze lokale concurrenten, op Omroep Brabant na als het om grote items gaat.

⁵⁹ Zie ook Möller: *ibid.*

5.4.2 Journalistiek-inhoudelijke maatstaven schuren met uiteenlopende kenmerken van nieuwsplatforms

Krant en website stellen elk specifieke kwaliteitseisen aan de redactionele productie. Op elke redactie is een meerderheid van mening dat men er niet in slaagt gelijktijdig aan deze eisen te voldoen. De eisen lopen te zeer uiteen en zitten elkaar in de weg, en de redactiebezetting schiet tekort om op beide nieuwsplatforms te voldoen aan de journalistiek-inhoudelijke maatstaven.

Binnen de redacties komen de volgende opvattingen voor:

- De papieren krant voldoet niet aan de kwaliteitseisen. Dit komt (mede) doordat er ook een website geproduceerd moet worden.
- De website voldoet niet aan de kwaliteitseisen. Dit komt (vooral) doordat de redactie in de multimediale en crossmediale praktijk geen duidelijke keuzes maakt.
- Papieren krant en website voldoen geen van beide aan de kwaliteitseisen, omdat ze allebei het resultaat zijn van half werk.
- De combinatie van (betaalde) krant en (gratis) website is een slecht idee.

De opvattingen sluiten elkaar niet uit, en in de interviews en vragenlijsten vinden we redacteuren die meer dan één opvatting huldigen.

Van elk van de opvattingen citeren we enkele representanten:

‘We maken in Oss veel werk van de site, maar het betekent wel dat we ander werk telkens moeten onderbreken. Het gaat ten koste van de papieren krant’ (O4 en O8).

‘De website is vaak tendentieus. Zaken worden uit hun verband gerukt, uit een langer interview wordt een sappig citaat geplukt dat lekker veel teweeg brengt op de website. Daarmee gooit De Gelderlander zijn goede naam te grabbel. Alles draait om de hits. Vroeger scoorde je als je een goed verhaal bracht, nu scoor je als je tumult veroorzaakt’ (A08).

‘Van mij mogen ze die website opdoeken. Wat hebben we aan nieuwsvoorziening als we er niks aan verdienen? Beter tien lezers die betalen dan honderd tevreden gratis lezers. Het idee dat we zonder website uit beeld zouden raken, klopt volgens mij niet’ (A12).

Een van de kritische opmerkingen over de kwaliteit van de site betreft de door verslaggevers te maken filmpjes.

‘Filmpjes hebben toegevoegde waarde, maar niet als we ze zelf moeten maken’ (O2). ‘Als we het doen, moet het professioneel gebeuren’ (O3). ‘We hadden eerst

een internetredactie en BD-tv, nu niets meer. De regio's moeten het doen, en dan ook nog kwaliteit verwachten' (O7).

5.4.3 Journalistiek-inhoudelijk: gewenste versus gerealiseerde identiteit van de editieberichtgeving

In tabel 5.4 is het dagelijkse pakket editieberichtgeving geïllustreerd aan de hand van nieuwsonderwerpen en genres. We typeerden het pakket als 'van alles wat'. Verder constateerden we dat de editieberichtgeving sterk leunt op institutionele bronnen. Uit de interviews en de reacties op de vragenlijst blijkt dat naar de mening van een deel van de redacteurs in Tilburg en Arnhem de samenstelling van het dagelijkse editiepakket in de krant te weinig voldoet aan professionele maatstaven en professionele opdracht. Zij vinden een 'van alles wat'-karakter neerkomen op 'van alles een beetje', en daarmee op oppervlakkigheid en gebrek aan een eigen identiteit.

In hun ogen is de krant te veel de boodschapper van de plaatselijke autoriteiten en te weinig de kritische volger van de lokale macht. Deze onevenwichtigheid wordt nog versterkt door het regelmatig tot twee- en driekoloms artikelen in het nieuwsgenre opblazen van service-achtige persinformatie uit institutionele bronnen, zonder dat de redactie er zelf nog informatie van betekenis aan toevoegt. Uit observaties blijkt dat dit routineus gebeurt zodra in de loop van de dag op een pagina nog een meerkoloms vak gevuld moet worden. Een redacteur klaagt over 'de dagelijkse diarree van twee- en driekolommers', een ander over het feit dat het vullen van vakken op de pagina's vaak belangrijker is dan de vraag *hoe* die vakken gevuld worden. (Zie voor deze reacties hoofdstuk 4, § 4.3.)

5.4.4 Planning, organisatie en kwaliteitsbewaking van de productie: zoeken en improviseren binnen beperkte mogelijkheden

In de dagelijkse productieplanning speelt de vraag of de productie van onderwerpen multimediaal dan wel crossmediaal wordt gepland, een ondergeschikte rol. Het komt mede doordat de onlineredacteur op de redacties Tilburg en Arnhem zelden aan het overleg deelneemt. De redacties staan voor een dilemma. Neemt de onlineredacteur deel aan het ochtendoverleg, dan ligt het actualiseren van de site stil. Vindt de redactie het actualiseren van de site belangrijker, wat in de praktijk het geval is, dan is de kans klein dat al bij het selecteren en plannen van dagelijkse nieuwsonderwerpen crossmediaal wordt gedacht en gepland. Dit gebeurt hooguit na het overleg, en wel bilateraal tussen

verslaggever en onlineredacteur. Maar lang niet iedere verslaggever komt zelf met crossmediale ideeën en suggesties, en de onlineredacteur weet niet altijd of verslaggevers bezig gaan met onderwerpen die zich lenen voor een crossmediale aanpak.

Fricties doen zich voor tussen redacteurs die hun professionele maatstaven vooropstellen, en de eisen en beperkingen die zijn gesteld aan het productieproces, tussen *occupational professionalism* en *organizational professionalism* (Örnebring, 2009; zie hoofdstuk 2). In de dagelijkse praktijk is de nieuwsproductie primair een individuele activiteit, maar de randvoorwaarden worden gedictéerd door wat de redactie als geheel dient te produceren ten behoeve van de dagkrant. ‘Er wordt vaak te veel nadruk gelegd op het vullen van vakken, en niet op hoe te vullen’, meent een redacteur in Arnhem.

Sinds de Wegenerdagbladen overstapten op tabloidformaat, zijn de formats voor de verschillende pagina’s in hoge mate gestandariseerd, onder meer met het oog op uitwisselbaarheid van producties tussen edities. Zo is voor elke dag een item nodig waarmee de eerste editiepagina kan openen, een samengestelde productie of een groot interview in het hart van een pagina, een dagelijkse of wekelijkse nieuwsrubriek etc. Wanneer zich geen duidelijke nieuwsonderwerpen voor deze formats lenen, moeten onderwerpen soms naar deze formats gemodelleerd worden. Een item bijvoorbeeld dat zich volgens de betreffende redacteur het best leent voor een interview, moet zo nieuwsachtig worden opgeschreven dat het als opening van het editiekatern kan dienen. Of een geschreven portretje van een plaatsgenoot moet worden opgeblazen tot een groot interview omdat op een pagina een hartverhaal nodig is.

Als in de loop van de dag blijkt dat een item inhoudelijk tegenvalt, heeft de redactie niet altijd de mogelijkheid terug te vallen op een ander geschikt onderwerp. Een voorbeeld: tijdens de bespreking van de krant in Oss mopperde de auteur van een interview met de nieuwe citymanager van de stad: ‘Een echte manager. Er kwam geen zak uit.’ Niettemin stond er een fors interview met hem op de editiepagina’s, want daar was nu eenmaal een groot vak voor vrijgehouden.

De omgekeerde situatie leidt evenzeer tot frustraties. Redacteurs hebben voor artikelen waarin zij verschillende standpunten aan bod willen laten komen, niet genoeg aan de maximumlengten voor nieuwsformats. Een Arnhemse redacteur: ‘Bij de overgang op tabloidformaat is besloten dat een lang verhaal 70 regels mag tellen. Als ik de wie-wat-waar feiten opschrijft, ben ik al twintig regels kwijt. Je

kunt vier of vijf mensen over een onderwerp spreken, maar daar zijn de verhalen te kort voor. Ik heb maar ruimte voor één voor- en één tegenstander.⁶⁰

Ook in het broadsheet-tijdperk deden zich fricties voor tussen productieaanbod en beschikbare ruimte, maar de tabloid-formats hebben het er naar de mening van redacties niet eenvoudiger op gemaakt de krant te profileren als het dagelijkse platform voor context, achtergrond en duiding.

Productietaken die vroeger door andere deelredacties en ondersteunend personeel werden verricht, zijn in de loop der tijd naar de editieredacties overgeheveld. De gevolgen merkt men met name op de kleinere editieredacties: 'Vroeger deden aparte redacties de verschillende stappen in het productieproces. Nu moeten we alles zelf doen' (O7).

In de praktijk blijken redacties niet altijd opgewassen tegen het zelf produceren van crossmediale extra's als infographics en datamaps voor de dagkrant. In Oss kreeg de redactie het niet voor elkaar de spreiding van criminaliteitscijfers over de verschillende stadswijken goed in kaart te brengen, hoewel men wel over de cijfers beschikte. Het lukte de redactie in Arnhem wel om de opvallendste cijfers van het leerlingenaantal op basisscholen in de regio Arnhem in een infographic in de krant en alle cijfers op een interactieve kaart op het web te krijgen, maar achteraf vond de redactie dat het resultaat op internet niet opwoog tegen de tijd en moeite die het had gekost.⁶¹

Tegenlezen is het belangrijkste instrument om de ambachtelijke en inhoudelijke kwaliteit van de berichtgeving te bewaken voordat die in print en online verschijnt. In de praktijk verloopt het tegenlezen minder consequent dan de bedoeling is. 'Het gebeurt te weinig', constateert de redactiechef in Tilburg. Tegenlezen is vaak haastwerk, klinkt het in Oss: 'Er is 'niet één iemand die alles tegenleest. We lezen elkaars stukken. Maar als gevolg van snel afwerken staan er meer fouten in de krant dan vroeger' (O3). Daarbij komt dat artikelen die door verslaggevers op locatie, thuis, in de avonduren of in het weekeinde worden geproduceerd, vaak niet worden tegengelezen bij gebrek aan een collega-redacteur.

De multimediale werkwijze stuit in de praktijk niet alleen op factoren als werkdruk, technische en organisatorische obstakels maar ook op individuele tekortkomingen: 'Door de omstandigheden is de lat voor het individu steeds hoger komen te liggen. De individuele redacteur moet steeds meer platforms kunnen bedienen. We hebben er nog te veel die de individuele vaardigheid niet bezitten om op meerdere fronten op hoog niveau te presteren' (A01).

⁶⁰ Van de Ven: *ibid.*

⁶¹ Möller: *ibid.*

5.4.5 Conclusie: botsende oriëntaties in de crossmediale productie

In het vorige hoofdstuk luidde de conclusie ten aanzien van het proces van overleg, nieuwsselectie en nieuwsgaring dat editieredacties hun missie formuleren in termen van een combinatie van het marktmodel en het professionele model. Daarbij zit de breedte van de nieuwsvoorziening de diepte van de informatie in de berichtgeving regelmatig in de weg. Aan het slot van dit hoofdstuk beantwoorden we de vraag of er in het proces van planning en productie en in de nieuwsproducten krant en website een dergelijke combinatie van professiemodel en marktmodel te ontwaren is, en waarin dit zich manifesteert in productie en op nieuwsplatforms.

De resultaten in dit hoofdstuk laten zien dat de redacties ook in het productieproces kenmerken van het professiemodel en het marktmodel combineren, of althans *proberen* te combineren. De berichtgeving voor de krant wordt geproduceerd volgens professionele maatstaven, maar de samenstelling van het dagelijks pakket aan editieberichtgeving heeft een voor-elk-wat-wils-karakter, wat meer past bij binnen het marktmodel. Op elk van de editieredacties vindt een deel van de redacteuren dat er meer voor verdieping gekozen moet worden in plaats van voor verbreding, zoals in hoofdstuk 4 is besproken. Toch zien de meeste redacteuren in deze combinatie in de praktijk geen onverenigbaarheid.

Anders ligt het in de multimediale en crossmediale productie. Redacteuren realiseren zich dat krant en website gericht zijn op verschillende lezersmarkten, maar een deel van de redacties vindt het oogmerk van de website: aandacht trekken en vasthouden, moeilijk verenigbaar met professionele maatstaven, met het merk en de status de krant en met de economische basis waarop de regiojournalistiek rust. In deze opvatting conflicteren de oogmerken van krant en website te zeer om de oriëntatie op professionele maatstaven en die op een vluchtige lezersmarkt te combineren. Gesteld voor de keus, kiezen zij voor het professiemodel en voor het primaat van de krant. *Digital first* wordt ervaren als een richtlijn van hogerhand die op editieredacties genegeerd mag worden in gevallen waarin de toepassing ervan nadelig uitpakt voor de nieuwswaardigheid en het belang van de papieren krant. Redacteuren spreken van kannibalisering van de krant wanneer zij het interessante nieuws tegelijkertijd gratis op internet weggeven.

Planning, productie en kwaliteitsbewaking vertonen op de editieredacties duidelijke tekortkomingen. De meerwaarde die het redactiecollectief hierin kan hebben, wordt nauwelijks benut, omdat de focus is gericht op efficiënte productie. De redacteuren erkennen dat ook. Een aantal van hen vindt zelfs dat het er de afgelopen jaren eerder slechter dan beter op is geworden. In hun ogen ligt de

voornaamste oorzaak in de toename van productietaken, onder meer door het wegvallen van ondersteuning door andere afdelingen binnen het bedrijf. Dit belemmert zowel het realiseren van professionele kwaliteitsambities als het optimaal bedienen van gedifferentieerde lezersmarkten in print en online. Journalistieke ambities leven er onverkort, maar in de praktijk zijn editieredacties al blij dat er elke dag nog een krant zonder witte plekken verschijnt.

Vergelijken we deze conclusies met de spanningsvelden uit schema 2 van hoofdstuk 2, dan zien we dat de redactie in de nieuwsproductie ruimte biedt voor een relatief grote individuele handelingsvrijheid, maar dat die individuele ruimte voor een aanzienlijk deel teniet wordt gedaan door productiedruk en multitasking. Concurrentieoverwegingen en *digital first* zijn een bron van conflicterende maatstaven waar redacties opportunistisch mee omgaan. Professionele routines ten slotte hebben in de praktijk de overhand, ten koste van de transparantie en controleerbaarheid van berichtgeving en bronnen voor de lezers.

In het volgende hoofdstuk bezien we de relatie tussen editieredacties en hun lezers. Welke percepties hebben de redacties van hun reële, potentiële en imaginaire lezer, hoe zijn die te traceren in het redactieproces en andere beroepsactiviteiten, en hoe wordt de gewone m/v in het editiekatern gerepresenteerd?

6 Editieredacties en de lezers

6.1 De identiteit van regionale dagbladen

De lezers in stad en regio vormen de bestaansgrond voor de regionale krant. Wil de krant kunnen blijven voldoen aan de behoeften en verwachtingen van lezers, dan is een hechte band tussen editieredactie, lezers en regio onontbeerlijk. Lezers moeten de band van de krant met hun eigen omgeving kunnen herkennen (Broersma, 2003). Een regionale krant vervult in de regio waar zij verschijnt, de sociale rol van buurman (Van Hoof, 2000: 92).

Redactie en lezers moeten iets van een gedeelde identiteit kennen, en dat moet tot uitdrukking komen in de krant. De redactie moet ervoor zorgen dat de lezer zich kan identificeren met de krant, zo luidde de mening van redactioneel deskundigen in een onderzoek van Van Hoof. Zij vonden verder dat de journalistiek ten dienste moet staan van het publiek en zich niet moet beperken tot dienstbaarheid aan de eigen lezers (ibid., 2000: 36-37).

Regionale kranten spreken de lezer uitdrukkelijke aan als lid van een regionale gemeenschap. Toch presenteerden de vier regionale kranten die Van Hoof onderzocht (in Noord-Brabant, Gelderland en Zeeland), zich in meerderheid als algemene kranten met daarnaast aandacht voor het regionale. Deze kranten spreken de lezer in de eerste plaats aan als burger van de staat, pas daarna als burger van stad en streek. Verder spreken zij de lezer niet uitsluitend aan als burger, maar ook als consument, cliënt en privépersoon met individuele interesses.

Regionale kranten, concludeert Van Hoof, zoeken naar een combinatie van burgergerichte en servicegerichte journalistiek. Het harde nieuws wordt als het meest belangrijk gepresenteerd, maar het servicegerichte in het aanbod van specifieke informatie is nadrukkelijk aanwezig. Daardoor lijken de kranten enigszins tweeslachtig (ibid., 2000: 182-183). De lezer ervaart dit overigens niet zo; die ziet de krant als eenheid (ibid., 2000: 179).

Van Hoof deed haar onderzoek in de jaren negentig, waarin regionale dagbladen in grote concerns werden opgenomen, kranten werden samengevoegd, titels verdwenen en redacties een deel van hun zelfstandigheid moesten opgeven. Zij stelde vast dat regionale kranten hierdoor moeite hebben een eigen identiteit te behouden of te ontwikkelen die herkenbaar is voor de lezers (ibid., 2000: 92).

Sindsdien is het overname- en fusieproces in de regionale dagbladsector onverminderd doorgegaan. De relatie van redactie en krant met de lezers blijft onder druk staan. Het aantal betalende lezers van regionale dagbladen neemt gestaag af, het lezersbestand vergrijsst. Jongere generaties zijn vaak minder aan hun woon- of werkplaats gebonden en kiezen eigen wegen om op de hoogte te blijven van nieuws dat hun interesseert.

In de lezersprofielen in hoofdstuk 3 zien we dat het abonneebestand van de onderzochte regionale dagbladen niet representatief is voor de bevolkings-samenstelling in hun verspreidingsgebied. Het onlinepubliek evenmin; dat is weliswaar gelijkmatiger over de leeftijdscategorieën verdeeld, maar de hoger opgeleiden zijn online sterk oververtegenwoordigd. De overlap tussen kranten-lezers en onlinebezoekers is klein. Adverteerders stappen intussen uit de krant en migreren naar internet, waardoor de krant zijn inkomsten verder ziet dalen.

Hebben deze ontwikkelingen redacties aanleiding gegeven tot andere verhoudingen tussen de soorten informatie, en tot andere accenten in de hoedanigheden waarin lezers door de regionale krant worden aangesproken?

Wie het Brabants Dagblad en De Gelderlander doorneemt, ziet dezelfde dominante informatiedomeinen. Hard nieuws en achtergronden voeren de boventoon in het algemene deel van de krant, naast een omvangrijk pakket aan servicegerichte bijlagen en rubrieken die aansluiten op specifieke interesses. De lezer wordt nog steeds aangesproken als burger én consument.

Inhakend op specifieke interesses, maar ook langs andere wegen, probeert de krant lezers aan zich te binden. Dit gebeurt van oudsher commercieel via lezers-aanbiedingen en kortingsacties. Daarnaast door marketing via het (mee)organiseren van publieksevenementen, en redactioneel via rubrieken voor en door de lezers, via redactionele aandacht voor activiteiten die tevens een commerciële en marketing-doelstelling hebben, en via het opzetten van *communities* op internet. Vooralsnog domineren in de papieren krant de klassieke lezersbinders: columnisten, puzzel-pagina's, hobby- en lifestylrubrieken, vraag en aanbod door lezers en de lezers-foto van de week.

De traditionele brievenrubriek is niet meer de enige plaats waar lezers hun mening kwijt kunnen; in de Gelderlanderbijlage Geniet bijvoorbeeld beoordelen zij eet-cafés en restaurants, naast het oordeel van deskundigen.

In het streven naar lezersbehoud en naar aanvullende inkomstenbronnen is in de regionale krant en op internet een mix van lezersgerichte redactionele, commerciële en marketingactiviteiten gegroeid, waarbij traditionele scheidslijnen tussen de redactie en andere afdelingen binnen de mediaorganisatie geleidelijk zijn vervaagd. Daarnaast kwamen er redactionele rubrieken en bijlagen die het karakter dragen van coproducties van redacteuren en lezers, zij het dat de scheiding tussen beide groepen producenten strikt gehandhaafd blijft.

Als aanvulling op Van Hoofs tweedeling kunnen we concluderen dat de regionale krant de lezer aanspreekt als burger, consument én lid van de – of een – *community* van de krant. Zoals de slogan van een promotiecampagne luidt: ‘Ik ben Gelderlander’.

Terwijl het algemene deel van de regionale krant een scala van service- en lezersgerichte producties en initiatieven te zien geeft, is dit in de editiekaternen veel minder het geval. Uit de voorgaande hoofdstukken rijst het beeld op dat het op editieredacties vooralsnog *business as usual* is. In het editiekatern wisselen hard nieuws en service-informatie elkaar af, waarbij het servicedeel vooral bestaat uit aankondigingen, verwijzingen naar plaatselijke initiatieven, verenigings- en zakennieuws. Editionele coproducties van redacteuren en lezers komen we in de onderzoeksperioden niet tegen, redactioneel-commerciële mengvormen evenmin.

De editieredacties in Brabant en Gelderland streven naar een zo breed mogelijk lezersbereik, zo werd duidelijk uit de interviews met redactiechefs (hoofdstuk 3). Hieruit kwam tevens naar voren dat zij weinig waarde hechten aan lezersonderzoek en aan lezersprofielen van hun krant. Ook zonder onderzoek weten zij dat het lastig is met name jongeren en mensen in steden en wijken die Drok (2007) typeert als ‘stuifzandsamenleving’, aan de regionale krant te binden. De afhoudendheid tegenover resultaten van lezersonderzoek kan te maken hebben met de houding van redacteuren zich niet door lezers of lezersonderzoekers te willen laten voorschrijven waarover en hoe zij hebben te berichten. De journalistiek staat ten dienste van het publiek, maar in de berichtgeving maken journalisten de dienst uit, en op editieredacties wil men dat vooral zo houden (zie ook § 6.4).

In dit hoofdstuk is de focus gericht op de relatie tussen editieredactie en lezer, en op de vraag hoe de redactie aan die relatie invulling geeft in het journalistieke proces en in andere activiteiten. Eerst beschrijven we welke eigen rol(len) ‘de lezer’ speelt in het redactieproces en hoe ‘de lezer’ wordt gerepresenteerd in de

berichtgeving. De gegevens hiervoor zijn verkregen uit observaties van het werkproces, gesprekken met redacteuren en inhoudsanalyse (§ 6.2). De waarden en oriëntaties van de redactie met betrekking tot haar lezers zijn verkregen uit de vragenlijsten en interviews, en staan centraal in § 6.3. In § 6.4 wordt besproken welke spanningsvelden en dilemma's zich voordoen tussen wat editieredacties met betrekking tot de lezers als hun opdracht zien, en de rol van de lezer in de dagelijkse redactiepraktijk.

6.2 De lezer in het redactieproces

In de hoofdstukken 4 en 5 is op verschillende plaatsen de rol van de lezer naar voren gekomen bij informatievergaring en productie. Samenvattende vinden we in het redactieproces de volgende structuren met het oog op de rol van de lezer:

- Nieuwsselectie: de lezer als tipgever
- Nieuwsgaring: de lezer als extra oren en ogen van de redactie
- Nieuwsgaring: de lezer als nieuwsbron
- Nieuwsgaring en evaluatie: de lezer als klankbord
- Productie: de lezer als producent
- Kwaliteitsbewaking: de lezer als corrector
- Redactionele projecten: de lezer als burger
- Nieuwsproducten: representatie van de lezer in de berichtgeving.

Nieuwsselectie: de lezer als tipgever

In de nieuwsselectie door de editieredactie spelen lezers een rol als tipgever. De observaties en gesprekken wijzen er niet op dat redacties dagelijks bruikbare tips voor onderwerpen krijgen, maar er zijn wel graduele verschillen tussen edities. Bij navraag op de redacties Tilburg en Arnhem werd als aanleiding voor de belangrijkste artikelen van de dag geen enkele maal de tip van een lezer genoemd. Toch gebeurt het volgens redacteuren in Arnhem incidenteel wel. Uit de dorpen rond Tilburg krijgen redacteuren en plaatselijke correspondenten regelmatig tips van lezers die tot berichten, artikelen of een actuele foto leiden.

Op de redactie Oss leveren tips van lezers soms verhalen op, over initiatieven van plaatsgenoten, jubilarissen, prijswinnaars, mensen met een bijzondere hobby en andere human interest-onderwerpen. Zo schreef een tienjarige jongen uit Oss die door ziekte aan huis is gekluisterd, dat hij voor andere kinderen speelgoed maakt van flessendoppen. Zijn mailtje aan de redactie leidde tot een interview met foto.

De redacties krijgen lezerstips vooral telefonisch en per email, en sporadisch via sociale media.

Nieuwsgaring: de lezer als extra ogen en oren van de redactie

In de nieuwsgaring zien we een structuur met betrekking tot bijdragen van lezers in de vorm van oproepen van de redactie om informatie en foto's aan te leveren. Lezersoproepen met het oog op nog te publiceren onderwerpen worden gedaan op de site, in print, via Twitter en Facebook, en vaak op meer platforms tegelijk.

Een voorbeeld waarin lezers werd gevraagd als ogen en oren van de redactie te fungeren: de redactie Oss riep lezers op foto's te sturen van gaten en scheuren in het wegdek, om een top vijf of top tien van slechte wegen in de gemeente te kunnen publiceren. Enkele reacties waren het resultaat. Bij De Gelderlander deed een internetredacteur bijna gelijktijdig dezelfde oproep: 'Het heeft misschien drie reacties opgeleverd. Op zo'n vorm van interactiviteit zitten lezers misschien niet te wachten.'⁶²

Nieuwsgaring: ervaringsdeskundigen als nieuwsbron

Meer resultaat hebben oproepen van de redactie naar ervaringen van lezers. Een voorbeeld is de oproep van de onderwijsredacteur in Tilburg die lezers via Twitter vroeg naar persoonlijke ervaringen met het vervoer van gehandicapte leerlingen naar en van school. Daar kwamen direct reacties op. Hun ervaringen werden gebruikt als illustratief onderdeel van een artikel over leerlingenvervoer. Lezers fungeerden hierin als aanvullende nieuwsbron.

Eerder deed het Brabants Dagblad al aan *crowdsourcing* onder haar lezers toen de redactie in de zomer van 2009 het sterke vermoeden had van een inbraakgolf in de Bommelerwaard. De politie gaf geen duidelijke informatie, waarna de redactie lezers opriep zich te melden als er bij hen was ingebroken. Het leverde de krant een reeks nieuwsartikelen op.⁶³

Nieuwsgaring en evaluatie: de lezer als klankbord

Langs verschillende wegen nodigen redacties hun lezers uit te reageren. Boven de grotere artikelen in de Brabantse edities staan niet alleen de naam en het fotootje maar ook het redactionele emailadres van de verslaggever. Er komen weinig reacties op binnen, meestal korte aanvullingen of commentaren. Volgens een senior-verslaggever in Tilburg fungeert hij bij deze reacties soms als een bruggetje tussen lezers.

Op de site van Oss stond ten tijde van het onderzoek een rubriekje waarin lezers hun mening over de krant konden geven: welke delen en onderwerpen waarderen

⁶² Leermakers: *ibid.*

⁶³ A. Pleijter, 'Crowdsourcing door het Brabants Dagblad na inbraakgolf.' Weblog Toekomst van de journalistiek, 17 november 2009.

ze, wat missen ze in de krant, etc. Tussen september 2009 en november 2010 kwamen er welgeteld negen reacties. Andere BD-edities hadden de rubriek inmiddels al van de site gehaald vanwege de minimale respons.

De editie Tilburg besteedt de wekelijkse rubriek *De gemoederen* aan een actueel thema waarop lezers worden uitgenodigd te reageren. Zodra de redactie 's morgens het onderwerp voor de rubriek van de volgende dag heeft gekozen, verschijnt op de site en via sociale media een oproep aan de lezers. De redactie selecteert in de loop van de dag enkele reacties die worden geplaatst als aanvulling op reacties van personen die door de redactie zelf zijn benaderd.

Vaak komen er niet meer dan vijf tot tien reacties. Maar een oproep aan Tilburgers om hun mening te geven over de pas voltooide cityring leverde meer dan honderd reacties op.

Productie: de lezer als producent

Terwijl lezers op de site direct kunnen reageren op geplaatste artikelen en berichten – zij het dat een redacteur reacties doorgaans modereert voordat ze online gaan – is de (re)productie van lezersbijdragen in de krant duidelijker gestructureerd. Ze worden geredigeerd en geplaatst in de brievenrubriek die een of meer keren per week verschijnt.

In de krant van dinsdag tot en met vrijdag plaatsen de redacties incidenteel ingezonden brieven, als er ruimte voor is en/of er vanwege de actualiteit van het onderwerp reden is een reactie snel te plaatsen. De zaterdagse opiniepagina wordt gebruikt om zo mogelijk alle reacties te plaatsen die de voorafgaande dagen zijn binnengekomen en die de redactie bruikbaar vindt. Daarnaast wordt een uitvoeriger lezersreactie die voldoet aan de redactionele kwaliteitseisen, soms geplaatst als opiniebijdrage.

De praktijk op de editieredacties laat verschillen zien. De redactie Oss plaatste tijdens de observatieperiode tussen 5 en 10 lezersbrieven per week. Volgens de redactie dalen de brieven in kwaliteit en kwantiteit: 'Brievenschrijvers zijn een uitstervend ras.' Een van de redacteurs noemde hondenpoep en verplaatste bus-hokjes onderwerpen waarop lezers in Oss steevast reageren. 'Maar geen lezer reageert op onze verkiezingsserie.'

Brieven worden alleen in de krant geplaatst, niet online. De brievenrubriek is in Oss een van de elementen die de krant meerwaarde geven boven de gratis online-informatie.

In Tilburg was in de observatieperiode sprake van een stuwmeer aan ingezonden brieven. Ze hadden betrekking op de meest uiteenlopende onderwerpen. Omdat die niet allemaal binnen redelijke termijn in de krant geplaatst konden worden, overwoog de redactiechef de brieven waarvoor geen ruimte was, online te zetten. De redactie Tilburg volgt hierin een andere lijn dan Oss. Daarnaast was een ingezonden brief van de pastoor van Tilburg voor de redactie aanleiding er een nieuwsbericht voor de krant van te maken, waarbij de volledige brief alleen op de BD-site verscheen.

De Gelderlander-redactie plaatst de lezersreacties uit Arnhem en omgeving vrijwel uitsluitend op de zaterdagse opiniepagina's. Op vier achtereenvolgende zaterdagen werden er 14 gepubliceerd, of eigenlijk 15, want een grotere bijdrage van een lezer die werd betiteld als 'betrokken Arnhemmer' werd geplaatst als opinieartikel. Terugkerende onderwerpen waren de winkels in de binnenstad, het Kunstencluster en onvrede over de plaatselijke politiek. Niet bekend is of deze 15 bijdragen een selectie vormen uit een groter aanbod.

Spontane lezersreacties op artikelen en berichten op de site zijn soms aanleiding voor de redactie om er in vervolgb berichtgeving in de krant aandacht aan te besteden. De reacties kunnen nieuwselementen bevatten, berichtgeving over een onderwerp kan lezers ertoe brengen hun ervaringen te melden, en lezers kunnen commentaar leveren op gebeurtenissen en meningen waarover is bericht. Wanneer een bericht tot een groot aantal spontane lezersreacties leidt, kan dat eveneens een reden voor de redactie zijn om er aandacht aan te besteden.

We hebben in het redactieproces geen structuur gevonden voor het bewerken en publiceren van spontane onlinereacties ten behoeve van de krant. Het gebeurt ad hoc, bijvoorbeeld als er in de vervolgb berichtgeving over een nieuwsonderwerp nog ruimte gevuld moet worden. In deze gevallen ziet de redactie Arnhem onlinereacties meer als vulmateriaal in de krant dan als bestanddelen van volwaardige crossmediale toepassingen.⁶⁴ 'Anders zouden ze nooit een woord krijgen', aldus een redacteur.⁶⁵

Ook op de editieredacties Tilburg en Oss worden onlinereacties over het algemeen als weinig tot niet bruikbaar voor verwerking in eigen producties beschouwd. Soms ontspreken reacties op de site zelfs zo hevig dat de reactiemogelijkheid tijdelijk moet worden uitgeschakeld.

⁶⁴ Möller: *ibid.*

⁶⁵ Van de Ven: *ibid.*

Kwaliteitsbewaking: de lezer als corrector

De brievenrubriek wordt niet alleen gebruikt als podium voor de mening van lezers, maar ook voor aanvullingen en correcties op eerdere berichtgeving. Zo telde de brievenrubriek in Arnhem in de onderzoeksperiode twee brieven waarin lezers fouten in de redactionele berichtgeving corrigeerden.

Blijkbaar gaat het hier om een structuur die in de plaats treedt van een meer voor de hand liggende structuur waarin de redactie in voorkomende gevallen zelf haar berichtgeving corrigeert.

Redactionele projecten: de lezer als burger

Editieredacties stellen zich niet alleen ten doel lokale en regionale nieuwsgebeurtenissen en ontwikkelingen te verslaan, van context te voorzien, te analyseren en te becommentariëren, maar ook om het debat over politieke en maatschappelijke ontwikkelingen in stad en regio aan te zwengelen en te modereren. Zij beschouwen dit als de maatschappelijke opdracht van het leidende nieuwsmedium in de regio, met als doel de burger in stad en omgeving te informeren over relevante ontwikkelingen, deze ontwikkelingen te duiden en uiteenlopende standpunten te presenteren, opdat de *informed citizen* zich een eigen beargumenteerd oordeel kan vormen over wat er in zijn directe omgeving speelt.

Met de vervulling van deze opdracht positioneert de krant zich tevens als gezaghebbend medium en plaatselijk podium voor meningsvorming en debat. Er zit, met andere woorden, naast de bevordering van mondig burgerschap ook een marketingaspect aan deze redactionele activiteiten.

In Tilburg organiseert de redactie één tot tweemaal per jaar een stadsdebat over een actueel thema, zoals het plan voor de grootste *shopping mall* van Nederland (een plan dat uiteindelijk niet doorging nadat de bevolking in Tilburg er in een referendum tegen had gestemd), de financiële nood van Willem II (een debat dat in het voetbalstadion werd gehouden) en een economendebat in samenwerking met de universiteit. Gemiddeld komen er 200 tot 250 belangstellenden op af. De plannen voor de spoorzone waren voor de redactie in 2011 aanleiding een publieksdag te organiseren.

Ook in Oss streeft de redactie ernaar één tot tweemaal per jaar een debat over een actueel thema te organiseren, maar de beschikbare menskracht is beperkt en de organisatie is een tijdrovende klus. Zo organiseerde de redactie in 2010 een verkiezingsdebat met alle lijsttrekkers, dat twee dagen voor de tussentijdse raadsverkiezingen werd gehouden in het gemeentehuis van Oss. De krant pakte er

Krant, website en Tilburgers over de Spoorzone

De publieksdag in mei 2011 over de plannen met de Spoorzone in Tilburg was het hoogtepunt van een project dat de Tilburgse redactie van het Brabants Dagblad in korte tijd had opgezet. Op een deel van de NS-Werkplaats kregen bezoekers uitleg over ontwikkelingen aan de noordkant van station Tilburg Centraal en konden zij erover meepraten. Debatten werden afgewisseld met optredens. De krant begeleidde de Dag van de Spoorzone met een speciale bijlage en een aparte website met onder meer historische filmbeelden.

In het hart van de BD-bijlage een tekening van het masterplan voor De Werkplaats, waarvan de aanleg in 2012 zou beginnen, met eromheen foto's van historische gebouwen waarvan een deel al gesloopt was, een deel gesloopt zou worden en een deel kon blijven staan. Verder in de bijlage een impressie van een dag op het station waar forenzen, de grijze golf en zwevers ieder op hun tijd samenkomen, het verhaal hoe een jongere de Spoorzone van uur tot uur beleeft, gesprekken met de stedenbouwkundige en met de projectontwikkelaar die 'het kunstje' van de transformatie van spoorzones al eerder flikte, en bijzondere herinneringen van Tilburgers aan het gebied dat nu Spoorzone heet. Tilburgers reageerden op een oproep van de krant om suggesties te doen voor de inrichting van de Spoorzone en om bijzondere herinneringen aan vroeger tijden op te halen.

De bijlage deed ook een boekje open over de brainstormdiscussie die de redactie in april aan het project wijdde: 'Een deel van de redacteuren ziet een bijlage voor zich met veel oude foto's.' 'Laat zien hoe het was, laat mensen die er werkten herinneringen ophalen.' Een ander deel van de redactie krijgt het benauwd. 'Breng de toekomst van het gebied in kaart. Niet blijven hangen in vroeger, maar op naar de kansen van het nieuwe.' Ziedaar in een notendop het steeds terugkerende schuarpunt in Tilburg. Vernieuwing botst met behoud, stad met dorp, historie met toekomst, lindeboom met steen.'⁶⁶

De uitkomst was een bijlage over hoe het was én hoe het wordt.

mee uit, zowel in de aanloop als in de verslaggeving, en studenten journalistiek van hogeschool Fontys verzorgden een livestream verslag op de site van de krant.

Na het tellen van de stemmen bleek Oss de laagste opkomst te hebben van de gemeenten waar tussentijdse verkiezingen waren gehouden. Nadat de krant wekenlang aandacht had besteed aan de lijsttrekkers en de verkiezingsprogramma's, besloot de redactie de dag na de verkiezingen de meningen te peilen van de gewone Ossenaren. Zij koos hiervoor de wijk Oss-west, waar de stembureaus de laagste opkomst hadden gemeten. Het journalistieke resultaat viel de redactie tegen. 'Veel mensen die niet gestemd hadden, riepen alleen maar dat politici zakkenvullers zijn', aldus de redactiechef.

⁶⁶ Rick Goverde: 'Oud schuurt met nieuw'. Bijlage Spoorzone, Brabants Dagblad, 24 mei 2011.

In Arnhem organiseert de Gelderlander-redactie jaarlijks een stadsdebat, dat in 2012 was gewijd aan de leefbaarheid van de binnenstad. Het debat onder leiding van de redactiechef trok een volle zaal, maar evenals in Tilburg en Oss worden de publieksdebatten in Arnhem gedomineerd door stadsgenoten die de rest van het jaar ook al het plaatselijke nieuws halen. ‘Het zijn altijd dezelfde bobo’s en dezelfde banketbakker’, aldus een redacteur. Een internetredacteur: ‘Ik ben een keer bij een stadsdebat geweest en dat ging ook niet echt ergens over. Het is gewoon heel moeilijk om een goed inhoudelijk debat te voeren met mensen die het niet gewend zijn. De vraag is of een debat op niveau wel kan in zo’n stad.’⁶⁷

Nieuwsproducten: representatie van de lezer in de berichtgeving

In hoofdstuk 5 is vastgesteld dat publieksbronnen in alle onderzochte edities een minderheid vormen. Van de mensen die in het editienieuws aan het woord komen of naar wie als bron wordt verwezen, behoort gemiddeld een vijfde tot de categorie gewone m/v. (zie tabel 5.6). We gebruiken ‘gewone m/v’ als verzamelnaam voor iedereen die niet het nieuws haalt als beroepsmatige representant van een overheids-, bedrijfs- of maatschappelijke organisatie. Maar een wethouder is ook wijkbewoner, een plaatselijke ondernemer kan ook lid zijn van een vrijwilligersorganisatie. Het hangt af van de aanleiding en de context van het nieuws in welke hoedanigheid mensen in het nieuws worden gerepresenteerd.

Tot de categorie gewone m/v behoren o.a. de wijkbewoner, de staker, de postzegelverzamelaar, de bezoeker van een evenement, de winkelende moeder en dochter, de ondertekenaar van een protest etc. Tot de gewone m/v rekenen we verder het bestuurslid van een plaatselijke vereniging, de dorpsbewoner die met andere vrijwilligers de buurtsuper of de bibliotheek helpt draaiende te houden, en de deelnemer aan een festival van amateurorkesten. En soms komt de gewone m/v ongewild in de publiciteit als slachtoffer van een misdrijf of als verdachte in een rechtszaak.

In welke hoedanigheden halen gewone mensen, die we met een slag om de arm ook gewone lezers kunnen noemen, het plaatselijk nieuws?

Uit tabel 6.1 blijkt dat de gewone m/v het vaakst in het nieuws wordt gerepresenteerd als man in de straat, de buurvrouw of de jongen met een bijzondere hobby. Minder in het nieuws komen mensen als lid en deelnemer aan vrijwilligers- en verenigingsactiviteiten. Het laatste geldt eveneens voor onbezoldigde bestuursleden van verenigingen en vrijwilligersorganisaties. Tellen we de deelnemers en bestuursleden bij elkaar op, dan is de categorie ‘buitengewone m/v’, mensen die

⁶⁷ Leermakers: *ibid.*

Tabel 6.1 De gewone man/vrouw in het nieuws

	Publiek* #	%	Publiek Bestuur	Publiek Vrijwillig	Gewone m/v	Verdachte/ slachtoffer
BD Tilburg	92	25	18	23	41	10
BD Oss	40	12	7	9	21	3
BD Totaal	132	18	25	32	62	13
Groot-Arnhem	57	14	7	9	38	3
Renkum-Vel.zm	67	32	22	25	16	4
DG Arnh. totaal	124	21	29	34	54	7
BD & Arn totaal	256	20	54	66	116	20

* *Publieksbronnen als percentage van totaal aan nieuwsbronnen in berichtgeving.*

het nieuws halen omdat ze op enigerlei wijze actief zijn in het maatschappelijke vrijwilligerscircuit, ongeveer even groot als de categorie ‘gewoon-gewone m/v’. Slachtoffers en verdachten ten slotte vormen een kleine minderheid.

De verdeling wijkt af van wat we zouden verwachten. Het ligt voor de hand dat de secretaris van een vereniging voor zijn aankondigingen en persberichten gemakkelijker de weg naar de redactie weet te vinden dan een wijkbewoner of particuliere hobbyist. De voorzitter van de oranjevereniging kan een plaatselijke bekendheid zijn, ook voor de redactie. Toch halen deze maatschappelijk actieven niet vaker het editienieuws dan mensen zonder actieve betrokkenheid bij enigerlei georganiseerde maatschappelijke activiteit.

Analyse van de berichtgeving levert twee mogelijke verklaringen op. De eerste is dat aan plaatselijke organisaties die draaien op vrijwilligers, vaak een of meer beroepskrachten verbonden zijn die in de media als woordvoerder optreden. Hierdoor blijven de maatschappelijk actieven binnen die organisaties in het nieuws anoniem. De tweede verklaring is dat redacties de berichtgeving over evenementen regelmatig verlevendigen met korte citaten van het publiek, en meningen over toestanden in een wijk bijvoorbeeld vragen aan wie toevallig voorbij komt of de deur open doet. Naast het quotje van de autoriteit behoort het quotje van de gewone m/v tot de routines in de regioverslaggeving.

In de editie Tilburg krijgt het aandeel gewone m/v een extra duwtje door de wekelijkse rubriek *De gemoederen*, waarin ook gewone Tilburgers hun mening kunnen geven over een actueel onderwerp dat door de redactie is gekozen.

Een ander voorbeeld uit Tilburg laat zien dat de mening van de gewone m/v het in de beoordeling van de nieuwswaarde door de redactie aflegt tegen die van de lokale autoriteiten. De stroom kritische reacties van Tilburgers over de voltooide

cityring – een brede autoweg rond de binnenstad – was voor de redactie aanleiding om de betrokken wethouder en de verkeersdeskundige van de gemeente de uitkomst voor te leggen. Vervolgens bracht de redactie de reactie van de wethouder op de rondvraag als het openingsartikel op de eerste Tilburgpagina,⁶⁸ de samenvatting van de reacties van Tilburgers op de oproep kwam op pagina 3.⁶⁹ De mening van de wethouder was voor de redactie relevanter dan die van gewone Tilburgers die massaal hadden gereageerd op een oproep van dezelfde redactie.

6.3 Waarden, oriëntaties en kwaliteitsmodellen met het oog op de lezer

Aan het begin van dit hoofdstuk is vastgesteld dat de lezer in de editie-berichtgeving primair wordt aangesproken als stads- en streekgenoot. Binnen deze categorie kunnen we drie aanspreekvormen onderscheiden: de plaatsgenoot als burger, de plaatsgenoot als consument en de plaatsgenoot als lid van de *community* van de krant.

Vrijwel alle redacteuren koppelen professionele waarden aan een lezersmarkt-gerichte opdracht: de krant dient ‘zo eerlijk, volledig en zo snel mogelijk te berichten over zaken die in de directe omgeving van lezers plaatsvinden. Zowel de grote dingen (politieke verwikkelingen, economische bedrijvigheid) als de kleine dingen (opgebroken straten, inbraken in de buurt, jubilea van mensen die ze kennen)’ (O8).

Editieredacteuren zitten dicht op de lezers, voelen zich sterk met hen en de regio verbonden, en zien het als hun opdracht het liefst de gehele bevolking en het dagelijks leven in het editiegebied aan te spreken en te representeren. Betrouwbaarheid is in hun visie ‘goed op de hoogte zijn wat er in stad of dorp speelt’ (A09, A14). Redacteur A12 gaat nog een stap verder: ‘We moeten ons vereenzelvigen met de streek.’

Terwijl de hoofdredacties van Brabants Dagblad en De Gelderlander het maken van keuzes en de opdracht tot verdieping van de editieberichtgeving voorop stellen (Hoofdredactie BD, 2009; Hoofdredactie DG, 2009) beschouwt een aanzienlijk deel van de redacteuren op de drie redacties het bieden van een compleet pakket met voor iedere lezer wat als hoofdopdracht:

‘Alle belangrijke gebeurtenissen in woonplaats en regio, leuke en interessante verhalen over zaken, ontwikkelingen en mensen. Ook het kleine, laagdrempelige nieuws mogen we niet veronachtzamen, gelet op de leeftijd van onze lezers. Deze

⁶⁸ ‘Tilburg tornt nog niet aan cityring’. Brabants Dagblad, 2 april 2011. Zie p. 171.

⁶⁹ ‘Bewoners binnenstad omarmen cityring niet’. Brabants Dagblad, 2 april 2011.

berichten moeten wel kloppen maar hoeven niet te voldoen aan kwaliteitsmaatstaven. Het is service voor de lezer' (O3). 'Een compleet aanbod van het nieuws uit eigen woonplaats' (T01). 'Het nieuws dat bij de lezer het gesprek van de dag is, te vertalen in een licht populistische koers, maar wel van journalistiek onderscheidend niveau. Niet op de hurken, maar ook niet in de ivoren toren' (A01). 'De lezer verwacht harde nieuwsfeiten, maar ook dat de krant af en toe meejuicht met de regio als de voetbalclub kampioen wordt' (O1). 'De lezers willen hun krant graag zien als een welkome vriend die iedere dag langs komt, vooral met nieuws en nieuwtjes. Maar ook graag en vaak met iets verrassends, iets spannends, leuks, verstrooiend of met nuttige informatie' (T16). 'Lezers verwachten vooral nieuws en human interestverhalen uit hun streek' (A14). 'Onze lezers willen munitie voor gesprekken aan de keukentafel' (O4). 'Een goede mix van nieuws- en leesverhalen, af en toe wat luchtigs en niet al te moeilijk opgeschreven. Doe maar gewoon' (T02).

Zoals in hoofdstuk 4 al is opgemerkt, zien redacteuren geen tegenstelling tussen professionele maatstaven die een kwalitatief goede berichtgeving moeten waarborgen, en een brede informatieopdracht waarin liefst alle inwoners van hun stad en regio een dagelijks pakket aangeboden krijgen waarin ieder wel iets van zijn of haar gading kan vinden. Een enkeling wijst erop dat de redactie haar kwaliteitseisen maar moet laten zakken om tegemoet te komen aan lezers die servicenieuws op prijs stellen.

Hoewel de meeste redacteuren internet zien als het platform voor snelle maar oppervlakkige berichtgeving, blijken zij toch nieuwsgierig naar het aantal hits dat hun berichten online scoren. Zo houdt de redactie Arnhem per week bij welke berichten (en welke redacteuren) het meest bekeken worden.⁷⁰ De meeste redacteuren vinden het leuk wanneer een bericht dat zij voor de site hebben gemaakt, hoog scoort; toch zien zij het als niet meer dan een aardige bijkomstigheid.

Een bericht over mysterieuze sneeuwcircels op het ijs van een vijver in het Openluchtmuseum werd op de Gelderlandersite binnen enkele dagen bijna 200.000 keer aangeklikt: een record. De maand ervoor, januari 2012, scoorde de newsroom Arnhem op internet drie miljoen pageviews en werd de redactie op taart getraceerd.

Zelf vinden redacteuren dat zij meer dan vroeger luisteren naar de lezer. Maar aan lezersonderzoeken hebben de meeste editieredacteuren geen boodschap. Zelfs

⁷⁰ Möller: *ibid.*

redactiechefs zijn er niet altijd van op de hoogte. Wat de lezers betreft gaan redacteurs liever op hun eigen gevoel af, zegt een Gelderlander-redacteur. ‘De hoofdredacteur is hier eens verslag van lezersonderzoek komen uitbrengen. Dan zegt hij dat lezers niet zo van bepaalde rubrieken houden. Dat gaat bij mij het ene oor in en het andere oor uit.’⁷¹

In termen van kwaliteitsmodellen hebben de oriëntaties van redacteurs en de keuzes die zij ten aanzien van de lezers maken, een ambivalent karakter. Het professiemodel heeft de overhand, maar tegelijkertijd zijn de redacties heel nieuwsgierig naar de reacties van lezers. Met die reacties wordt vervolgens in de meeste gevallen weer weinig tot niets gedaan. Een Tilburgse redacteur: ‘Het lijkt alsof we de discussie aangaan met lezers, maar het is eigenlijk niet meer dan een uitlaatklep voor ze.’ Op sociale media zien we hetzelfde beeld: redacteurs volgen graag anderen, maar gewone lezers volgen ze niet, en wanneer ze tweets ontvangen van gewone lezers, plaatsen ze weinig tot geen retweets.

We concluderen hieruit dat de redactie de lezer aanspreekt als burger en consument. Maar van een consumentgerichte houding is slechts gedeeltelijk sprake. Reacties van consumenten leiden gewoonlijk niet tot interactie, laat staan tot bijstelling van journalistieke keuzes.

In de positionering van de regionale krant als platform voor maatschappelijk debat en als initiator van het agenderen van actuele lokale en regionale kwesties herkennen we elementen van het burgermodel. Maar in de uitvoering van deze maatschappelijke activiteiten door de redactie zijn vooral de professionele structuren te zien die de reguliere berichtgeving kenmerken.

Toch kunnen we concluderen dat de lezer in deze redactionele en promotionele activiteiten niet alleen wordt aangesproken als lid van de *community* van stad en regio, maar ook als lid van de *community* van het leidende nieuwsmedium in stad en regio.

6.4 Spanningsvelden en dilemma’s met het oog op de lezer

De voorgaande paragrafen lieten aan de hand van observaties, gesprekken en inhoudsanalyse zien welke rollen gewone lezers spelen in het redactieproces en hoe lezers worden gerepresenteerd in de editieberichtgeving. Daarnaast konden de waarden en oriëntaties van redacteurs ten aanzien van hun lezers worden afgeleid uit interviews en de antwoorden op de vragenlijsten. Confronteren we de gegevens

⁷¹ Tomassen: *ibid.*

met elkaar, dan kunnen we de spanningsvelden in de relatie tussen redactie en lezers in kaart brengen.

We kunnen de spanningsvelden indelen naar drie niveaus:

- de dominerende nieuwsdefinitie op de redactie;
- de rolopvattingen van redacteurs;
- de organisatie van het redactiewerk.

De samenhang tussen deze niveaus kunnen we als volgt formuleren: in de journalistieke definiëring van wat nieuws en nieuwswaardig is, spelen lezers een ondergeschikte, passieve rol. Deze rolverdeling wordt versterkt door het professionele streven naar behoud van onafhankelijkheid, die het verkennen en beproeven van mogelijkheden voor interactie en coöperatie met de lezers niet bevordert. De organisatie van dagelijkse werkzaamheden weerspiegelt het relatief geringe belang dat de redactie hecht aan lezersinbreng.

6.4.1 De spanning tussen nieuwsdefinitie en nieuwsroutines van de redactie en de rollen van de gewone m/v

Zolang de regiojournalistiek bestaat, bestaat de tipgever. De wijk- en dorpsinwoner zien en horen wat er in hun omgeving of op hun werk gebeurt en spelen het door naar de redactie. Persoonlijke contacten tussen tipgever en redacteur vergemakkelijken het proces, want de ene tip kan leiden naar de volgende. De editieredactie heeft er baat bij.

Die relatie is veranderd. Er is e-mail, er zijn sociale media. Op editiekantoren blijkt het bovendien niet meer zo eenvoudig voor een gewone m/v om rechtstreeks contact te hebben met een redacteur.

Lezers die in Oss aan de balie van de redactie iets komen melden waarin mogelijk nieuws zit, zijn er nauwelijks meer. De enige man die zich een of twee keer per week aan de balie in Oss meldde om aandacht te vragen voor een onderwerp, werd door de redactie bestempeld als een querulant.

De redacties in Tilburg en Arnhem hebben geen eigen balie, en in het kantoren-pand aan de rand van het Arnhemse stadscentrum waarin de Gelderlander-redactie tot medio 2012 huisde, was de redactie voor lezers niet gemakkelijk te bereiken. De redactie vond dit geen probleem, ook niet toen zij ging verhuizen naar een afgelegen kantoorpand.

‘Natuurlijk is het beter om op loopafstand van het centrum te zitten’, schreef stadscoördinator Van der Heiden in zijn column naar aanleiding van de aanstaande verhuizing van de Arnhemse redactie naar het industrieterrein. ‘Maar echt nodig is

het allemaal niet (meer). De tijd dat Jan en alleman de redactie bezocht om een primeurtje af te leveren is voorbij. Met telefoon, e-mail, Twitter en Facebook kan iedereen ons bereiken zonder een stap te zetten.⁷²

In hoofdstuk 4 is geconstateerd dat Arnhemse redacteurs persoonlijke contacten met bronnen uit hun netwerk heel belangrijk vinden om tips en andere informatie toegespeeld te krijgen. Zo werkt het in de wandelgangen bij een commissievergadering of in informele gesprekken met een wethouder, raadslid of corporatievoorzitter, en zo bouwen en onderhouden redacteurs hun netwerken, waar regelmatig iets bruikbaars uit rolt.

Het belang van persoonlijke contacten met lezers wordt blijkens de column lager ingeschat.

Ook als nieuwsbron is de gewone m/v voor de redactie minder interessant. Institutionele bronnen worden door de redactie relevanter gevonden. De professionele opvatting van wat interessante nieuwsbronnen zijn waarmee efficiënt en langdurig kan worden samengewerkt, bevordert het ontstaan van netwerken van redacteurs en representanten en woordvoerders van instituties.

De casus 't Broek in Arnhem liet zien (hoofdstuk 4) dat het onderhouden van contacten met (vroegere) wijkbewoners letterlijk een andere kijk op een kwestie oplevert dan de institutionele kijk die in het doorsneenieuws domineert. Maar bewoners willen lang niet altijd als herkenbare nieuwsbron in de krant; zeker niet wanneer het wijkproblemen betreft en zij moeten vrezen voor negatieve reacties uit de buurt.

Daarnaast lukt het opbouwen en onderhouden van een 'alternatief' netwerk alleen wanneer een redacteur een wijk door en door kent, er al vele jaren komt en een vertrouwensrelatie heeft opgebouwd. Hij moet er meer tijd en moeite in investeren dan in functionele netwerken met institutionele vertegenwoordigers en woordvoerders, die als professionele nieuwsbronnen informatie op maat aanleveren.

Lukraak een wijk ingaan om reacties te verzamelen is improductief, zo ervoeren verslaggevers in Oss de dag na de tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen. De gewone m/v vertelt niet zo gemakkelijk aan een buitenstaander met een notitieboekje wat er zoal in een wijk speelt, waar men zich aan ergert en wat de verklaring kan zijn voor de lage opkomst.

Oproepen aan lezers om als informatie- en nieuwsbron voor specifieke nieuwsonderwerpen te fungeren zijn inmiddels gemeengoed op editieredacties. Toch doet dit weinig af aan de dominantie van institutionele nieuwsleveranciers.

⁷² 'Verhuizing', De Gelderlander, 5 mei 2012.

6.4.2 De spanning tussen lezersinbreng en de rolopvatting van redacteurs

Uit de antwoorden op de vragenlijst blijkt dat editieredacteurs over het algemeen geen tegenstelling ervaren tussen de professionele maatstaven in hun beroepsuitoefening en de oriëntatie op de lezersmarkt. Maar bij doorvragen op de redactie Arnhem bleek dat ervaren redacteurs hun professionele onafhankelijkheid in het maken van keuzes in de nieuwsselectie en de nieuwsaanpak toch wel in het gedrang zien komen naarmate lezersmarktoverwegingen een grotere rol gaan spelen.

De kloof met de burgers de laatste jaren kleiner geworden; journalisten zijn uit hun ivoren toren gestapt, constateren zij. Een van de redacteurs spreekt van een minder arrogante houding. Een ander weerspreekt dat; hij ervoer de verheven positie als professioneel. ‘Zelf zat ik zeker op de lijn dat journalisten menen te weten wat goed is voor het volk.’

Volgens een derde redacteur moest de redactie wel zwichten voor lezersmarkt-overwegingen vanwege de drastische daling van het abonneebestand. ‘De professionele houding dat wij de inhoud bepalen, is beslist verschoven.’ Deze ervaren redacteurs erkennen dat zij aarzelingen hebben bij de trend naar een meer publieksgeoriënteerde benadering. Zij zijn bang dat dit resulteert in oppervlakkige regionale berichtgeving.⁷³

Met betrekking tot de nieuwsproductie is eveneens sprake van een spanningsveld tussen de professionele rolopvatting en de rol van de lezers. Een Arnhemse redacteur: ‘Ik denk te weten welke verhalen de lezers verwachten, en voor een deel kom ik eraan tegemoet.’⁷⁴ Maar schrijven *voor* de lezers is iets anders dan schrijven *met* de lezers, laat staan schrijven *door* lezers. Redacteurs vinden dat journalistiek een vak apart is, en dat niet-journalisten niet over de kennis en ervaring beschikken die nodig is om professionele maatstaven te hanteren.

Interactie met lezers kan nuttig zijn, vinden redacteurs, maar op meer contact met het publiek zitten ze niet altijd te wachten. Omgekeerd heeft het publiek geen sterke behoefte aan interactiviteit; dat is althans de ervaring van online-redacteurs.⁷⁵

Voor coproducties in samenwerking met lezers voelt niemand op de editie-redacties, en burgerjournalistiek wordt evenmin gezien als een serieuze vorm van

⁷³ Tomassen: *ibid.*

⁷⁴ Tomassen: *ibid.*

⁷⁵ Zie ok Leermakers: *ibid.*

journalistiek. Een internetredacteur: ‘Een paar jaar geleden was *user generated content* het toverwoord, maar daar hoor je inmiddels niemand meer over.’⁷⁶

De inbreng van lezers in de krant en op de site krijgt een presentatie die duidelijk afgescheiden is van de redactionele inhoud. De redactie is verantwoordelijk voor publicatie, maar lezers en sitebezoekers moeten kunnen zien dat hier géén redacteurs aan het woord zijn. Deze opvatting past in het professiemodel.

6.4.3 *Spanning tussen lezersbijdragen en de organisatie van het redactiewerk*

De organisatie van het dagelijkse redactieproces is primair gericht op efficiënte productie van berichten, artikelen en pagina’s. Het redigeren van lezersbijdragen voor de krant en reacties op de site wordt beschouwd als iets wat er nu eenmaal bij hoort, maar veel redacteurs zien het meer als een belasting van het gewone nieuwsgarings- en productiewerk dan als welkome aanvulling op de eigen bijdragen.

De meeste problemen veroorzaken reacties onder artikelen op de site. Ze ontspreken nog wel eens. De auteurs van de artikelen worden geacht reacties zelf te modereren, maar als ze niet zijn of geen tijd hebben, worden reacties niet automatisch gebufferd, tenzij er woorden in staan uit de *bad words list* van Polopoly. De chef opinie in Den Bosch stelde begin 2011 vast dat het in de Tilburgse praktijk niet werkt (Hoofredactie Brabants Dagblad, 2011). Er bestaat weerstand op de redactie tegen zelf modereren: ‘Ik heb wel wat anders te doen’, aldus een redacteur. Een anonieme brief over het SP-raadslid Veerle Slegers die in het weekeinde op de site verscheen, veroorzaakte verdeeldheid op de redactie. Zij werd persoonlijk aangevallen op haar kritische standpunt over voetbalclub Willem II en had aangifte gedaan wegens bedreiging vanuit de hoek van Willem II-aanhangers.⁷⁷ De brief werd verwijderd na discussie op de redactie en nadat ook de hoofredactie en de opinieredactie in Den Bosch waren geraadpleegd.

De voorstanders van verwijdering meenden dat de brief met een persoonlijke aanval op één raadslid geen bijdrage levert aan een relevante discussie, en voedsel geeft aan een klimaat van verdachtmakingen en dreigementen. Andere redacteurs vonden dat in de gewraakte brief geen onvertogen woord stond, en dat het raadslid met haar onbekookte uitspraken een pittige reactie had uitgelokt. Tussen hoofredactie en opinieredactie in Den Bosch bleek eveneens verdeeldheid over

⁷⁶ Leermakers: *ibid.*

⁷⁷ ‘SP wil actie na bedreigingen door supporters’, Brabants Dagblad, 22 maart 2011.

hoe te handelen. Nadat de brief van de site was gehaald, ging de discussie in Tilburg nog een tijdje in groepjes door.

Eind 2011 besloot de BD-hoofredactie lezers niet langer toe te staan anonieme reacties op de site te plaatsen. Het modereren van reacties bleek te veel tijd te kosten. Beschuldigingen en beledigingen moeten worden verwijderd omdat ze in strijd zijn met de algemene voorwaarden. Voortaan stond het BD alleen reacties toe van mensen die zich tevoren hebben aangemeld met een account als Facebook of Twitter.⁷⁸

De redactie Arnhem had een eigen probleem met het modereren van reacties op de site. Het modereren gebeurde op de centrale redactie in Nijmegen. Omdat de moderatoren niet bekend waren met Arnhemse kwesties, kwamen er soms reacties op de site die volgens de Arnhemse redactie nergens op sloegen.⁷⁹ De centrale organisatie van het modereren stond een adequate beoordeling van lezersreacties in de weg.

De werk- en productiedruk leidt er verder toe dat redacteuren minder tijd overhouden om de straat op te gaan en om voor een groter artikel meer bronnen te raadplegen. Ook dit effect is nadelig voor de rol van de gewone m/v in het nieuws. De editieverslaggever die door de stad loopt, de markt of de kroeg bezoekt of door de omgeving fietst, praat met mensen, en hoort en ziet dingen die niet van achter het bureau te horen en te zien zijn. Maar de scharreljournalist⁸⁰ komt amper nog aan scharrelen toe. Het gevolg kan zijn dat onderwerpen waar gewone mensen over praten, gemist worden in de nieuwsselectie van de redactie, terwijl zij juist de ambitie heeft dicht bij de mensen en hun interessesfeer te blijven.

Ten slotte zijn redacteuren door de werk- en productiedruk sneller geneigd in de nieuwsgaring alleen de bronnen te raadplegen die echt nodig zijn en waarvan zij weten dat die snel en efficiënt informatie kunnen leveren. Andere potentiële bronnen blijven hierdoor buiten beeld, en doorgaans zijn dit niet-institutionele bronnen: die zijn immers niet echt nodig en leveren minder snel en op maat wat de verslaggever kan gebruiken.

6.4.4 Conclusie: de lezer op afstand

Er is spanning tussen opvattingen op redacties over wat een goede relatie met het lezerspubliek zou moeten inhouden voor hun werk, en de dagelijkse praktijk waarin de relatie met het lezerspubliek op verschillende manieren tot uiting komt.

⁷⁸ 'BD stopt met anonieme reacties', Villamedia, 8 december 2011.

⁷⁹ Möller: *ibid.*

⁸⁰ Een term van Frits van Exter. Zie 'Scharreljournalisten', Trouw, 21 juni 2002.

Nu dit spanningsveld in kaart is gebracht, kunnen we vaststellen dat editieredacties op twee gedachten hinken. Enerzijds willen zij graag weten hoe lezers reageren op wat de redactie in de krant en online publiceert. Hun doel is immers dagelijks betrouwbare, relevante en interessante regionale berichtgeving te bieden die door lezers gewaardeerd wordt. Anderzijds willen zij zich in hun werk niet overwegend laten leiden door wat kennelijk bij het publiek goed ligt. Redacties maken in specifieke fasen van het nieuwsproces nuttig gebruik van lezersinbreng, maar de professionele onafhankelijkheid blijft voorop staan. Dit leidt tot de conclusie dat editieredacties een kortere afstand tot de lezers ervaren, maar hen in journalistieke afwegingen en inhoud van de berichtgeving op afstand houden.

In termen van kwaliteitsmodellen kunnen we concluderen dat het redactieproces gedomineerd wordt door kenmerken van het professiemodel. Binnen dit model ruimen de redacties enige plaats in voor lezersinbreng en noties van burgerschap. Kenmerken van een lezersoriëntatie als meerstemmigheid in de berichtgeving, betrokkenheid en representatie van gewone mensen en hun leefomgeving – zoals opgenomen in schema 2 in hoofdstuk 2 – zijn sporadisch terug te vinden in het redactioneel proces. In het nieuwsproduct combineert de redactie lezersgeoriënteerde kenmerken als aantrekkelijkheid en toegankelijkheid van het editie-nieuws met een overwegend institutionele invalshoek. In het dagelijkse proces domineert op de redactie een taakopvatting waarin de nieuwsproductie centraal staat en lezersreacties in aparte rubriekvormen worden bewerkt en gepresenteerd.

Wanneer het dagelijkse redactieproces wordt geanalyseerd vanuit de optiek van de relatie met het lezerspubliek, valt verder op dat kenmerken van het burgermodel vrijwel ontbreken. De *civil society* van maatschappelijk actieve burgers wordt maar mondjesmaat gerepresenteerd in de editieberichtgeving. De redacties zien hierin ook geen specifieke journalistieke taak. Alleen in de redactionele debatprojecten en in oproepen aan lezers om te reageren op actuele onderwerpen herkennen we elementen van het burgermodel. Elementen die overigens pas betekenis krijgen wanneer de redactie aan lezersreacties een vervolg geeft. De lezer alleen een uitlaatklep bieden, zoals een Tilburgse redacteur het formuleerde, past niet in het burgermodel.

In het volgende hoofdstuk vatten we het onderzoek samen, trekken we conclusies en bespreken we de vraag wat het onderzoek leert over journalistieke kwaliteit en het functioneren van het redactiecollectief.

7 Samenvatting, conclusie, discussie

7.1 Samenvatting van het onderzoek

Dit onderzoek begon met de vraag naar de kwaliteit van regiojournalistiek in Nederland. De vraag is toegespitst op het redactieproces van multi- en crossmediaal producerende regionale dagbladen. Redacties van regionale dagbladen vormen een onmisbaar deel van de journalistieke infrastructuur van Nederland, constateerde de Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers in haar adviesrapport *De volgende editie* (TCITP, 2009), naar haar voorzitter de commissie-Brinkman genoemd. Zonder regionale krant valt de belangrijkste producent van onafhankelijke berichtgeving en de belangrijkste onafhankelijke waakhond van het publieke domein in de regio weg. Maar de dagbladsector kampt met een vergrijzend lezersbestand, dalende inkomsten uit advertenties in de krant en het vooralsnog ontbreken van een verdienmodel op internet.

In de analyse van de commissie-Brinkman luidt het probleem: regionale kranten kunnen niet gemist worden, maar de kwaliteit van hun berichtgeving wordt bedreigd door bezuinigingen en functieverlies. We kunnen het probleem formuleren vanuit het bredere perspectief van ingrijpende veranderingen die zich gelijktijdig voltrekken bij de beoefenaren van journalistiek, de mediasector, de informatietechnologie en de samenleving (Bardoel, 2010). De vraag is dan in hoeverre de regiojournalistiek zich aan deze veranderingen aanpast, en welke gevolgen dit heeft voor de kwaliteit.

In dit onderzoek is het doel uitspraken te doen over de kwaliteit van de regiojournalistiek. Centraal in dit onderzoek staat het werk van editieredacties; dit zijn de doorgaans middelgrote redactiecollectieven die op locatie de dagelijkse berichtgeving verzorgen over en ten behoeve van de stad en regio waar de betreffende dagbladeditie wordt verspreid. Editieredacties vervullen een organisatorische en een journalistiek-inhoudelijke functie, socialiseren nieuwe

redactieleden en dienen als morele gemeenschap die waakt over de kwaliteit van het werk en de ethiek van het journalistiek handelen.

In hoofdstuk 2 is het theoretisch kader gepresenteerd waarmee de dagelijkse gang van zaken op editieredacties kan worden geanalyseerd. Hiertoe is het redactieproces uiteengelegd in een aantal stappen en activiteiten, die vervolgens zijn gegroepeerd in drie kernactiviteiten van editieredacties: het proces van nieuwsselectie, informatiegaring en intern overleg dat aan de nieuwsproductie vooraf gaat (kortweg: het nieuwsproces), het proces van multi- en crossmediale nieuwsproductie, kwaliteitscontrole en presentatie (kortweg: het productieproces) en de relatie tussen redactie en lezer, die voor een deel is geïntegreerd in de processen van nieuwsgaring en -productie, voor een deel een afzonderlijke redactionele activiteit vormt. Deze kernactiviteiten omvatten het beroepsmatig handelen op redacties, waarin de opvattingen over journalistieke kwaliteit van redactieleden tot gelding komen.

Om zicht te krijgen op journalistieke kwaliteit zijn drie perspectieven op journalistieke kwaliteit ontwikkeld; die we hebben getypeerd als het professie-, het markt- en het burgermodel. De perspectieven ordenen en groeperen elementen die in elk model invulling moeten krijgen: de waarden die in het perspectief domineren, de sociale groep waarop het kwaliteitsbegrip is georiënteerd, de opvatting wat nieuws is, stijlkenmerken van het journalistieke handelen, de journalistieke genres die centraal staan, de rol opvatting van de journalist en de vorm van kwaliteitsbewaking (vgl. Buijs, 2011: 227-257). Het professiemodel stelt het perspectief van journalisten op hun beroep centraal, het marktmodel ziet de krant als product dat aantrekkelijk moet zijn voor het brede publiek en het burgermodel verenigt journalist en lezer in hun betrokkenheid bij de gemeenschap waarbinnen de krant verschijnt. Op grond van de uitwerking van de elementen van deze perspectieven is aan het eind van hoofdstuk 2 de hoofdvraag van het onderzoek geformuleerd: Voldoet de regiojournalistiek als collectieve redactionele activiteit aan haar eigen kwaliteitsmaatstaven?

De hoofdvraag is uiteengelegd in deelvragen die verwijzen naar de elementen van de perspectieven en die beantwoord moeten worden met betrekking tot de drie kernactiviteiten van de editieredactie (nieuwsproces, productieproces en relatie met de lezer):

1. Hoe is het redactionele overleg over de kernactiviteit vormgegeven?
2. Welke structuren (algemene handelingspatronen en werkrouines) zijn verbonden met de kernactiviteit?

3. Welke kwaliteitskenmerken (waarden, oriëntaties, opvattingen) worden gehanteerd met betrekking tot deze kernactiviteit?
4. Welke perspectief op kwaliteit is hier dominant?
5. Welke spanningsvelden domineren het redactieproces met betrekking tot de kernactiviteit?

Opzet en uitvoering van het onderzoek zijn beschreven in hoofdstuk 3. Gekozen is voor participierend onderzoek op editieredacties om de dagelijkse gang van zaken vast te leggen. Omdat er voor onderzoek op dit terrein weinig instrumenten beschikbaar zijn uit eerder onderzoek, is een exploratieve opzet gehanteerd waarbij enkele cases met elkaar worden vergeleken: het zogenoemde case study-design (Yin, 2003). Centraal staan drie verschillende editieredacties: het Brabants Dagblad in Tilburg, het Brabants Dagblad in Oss en De Gelderlander in Arnhem. Het zijn eigenstandige redacties: ze delen geen ruimte met hun algemene redactie.

Via verschillende waarnemingsmethoden zijn gegevens verzameld en op elkaar betrokken over keuzes en werkwijze van redacties, motiveringen van redacteuren voor hun keuzes en werkwijze, kwaliteitsmaatstaven die redacties zeggen na te streven, spanningen die redacteuren ervaren tussen wenselijke en gerealiseerde kwaliteit, de samenstelling en herkomst van de editieberichtgeving in print en online, en hoofdredactionele richtlijnen voor de editieberichtgeving. In de vergelijking en de analyse van deze gegevens worden de structuren in het redactieproces zichtbaar en komen de spanningsvelden en dilemma's tot uiting waarvoor editieredacties in alle stadia van het journalistieke proces en in hun relatie tot de lezers oplossingen proberen te vinden.

In de volgende drie paragrafen beantwoorden we voor elk van de drie kernactiviteiten de deelvragen uit hoofdstuk 2 die hierboven zijn genoemd.

Nieuwsselectie en nieuwsgaring op editieredacties

Het redactionele overleg heeft slechts beperkte betekenis voor de selectie en de aanpak van nieuwsonderwerpen. De belangrijkste functie van het overleg is het inventariseren van onderwerpen voor de krant van de volgende dag aan de hand van producties die al klaar liggen, afspraken die redacteuren voor deze dag hebben staan, en de agenda.

Naast de reguliere overlegstructuren zijn overlegvormen gevonden met een minder structureel karakter: projectoverleg, brainstormoverleg en ad hoc-overleg. De eerste twee overlegvormen zien we wanneer de editieredactie een serie artikelen of een bijlage wil plannen over een actueel onderwerp, of een artikelenserie als aanloop naar een stadsdebat dat de redactie organiseert. Ad hoc-overleg vindt

dagelijks plaats tussen redacteurs wanneer bijvoorbeeld een gepland onderwerp niet doorgaat, of wanneer zich nieuws aandient waarvoor de paginaplanning moet worden aangepast.

In de nieuwsgaring worden routines zichtbaar die als functie hebben ‘to deliver, within time and space limitations, the most acceptable product to the consumer in the most efficient manner’ (Shoemaker & Reese, 1996: 103-104). Een voorbeeld is het nabellen over een persbericht bij de betrokken autoriteit of voorlichter om een eigen quote aan de algemene persinformatie toe te voegen.

Voor redacteurs zijn de eigen netwerken van bronnen belangrijk in de nieuwsgaring. In de keuze van nieuwsonderwerpen spelen korte lijnen en interactie tussen redacteurs en bronnen een rol. De netwerken van editieredacteurs zijn niet representatief voor de lokale gemeenschap als geheel; ze representeren vooral het georganiseerde deel van de samenleving. De meeste personen die deel uitmaken van de netwerken van redacteurs, danken dit aan hun functie in de instituties van overheid en politiek, het bedrijfsleven en de maatschappelijk-culturele sector. Gewone wijkbewoners en dorpelingen vormen een minderheid in de journalistieke netwerken.

De redacties maken in hun nieuwsselectie en nieuwsgaring structureel gebruik van persberichten. Persberichten hebben een belangrijke agenderende functie, en regelmatig wordt ook de inhoud in meerdere of minder mate in de berichtgeving van de krant verwerkt. Vrijwel altijd gebruikt de redactie meer bronnen dan alleen het persbericht, zo blijkt uit het deelonderzoek naar het aanbod en het gebruik van persberichten op de Arnhemse editieredacties.

Verreweg de meeste onderwerpen waarover de gemeentevoorlichting een persbericht maakt, krijgen aandacht in de krant. Bij service-achtige berichten komen persbericht en krantenbericht soms grotendeels of helemaal overeen, maar in de meeste gevallen verschillen de artikelen in de krant in inhoud, opbouw en invalshoek duidelijk van de persberichten.

Het deelonderzoek naar persberichten laat verder zien dat de verzending van persberichten naar de redactionele emailadressen van verslaggevers veel effectiever is dan verzending naar het algemene emailadres van de editieredactie. Van de dagelijkse stroom persberichten die op het algemene emailadres binnen komt, leidt minder dan 10 procent tot een bericht of een aankondiging in de agenda. Persberichten die rechtstreeks naar redacteurs worden verzonden, hebben een veel hogere gebruikswaarde: meer dan de helft van deze persberichten leidt vroeg of laat tot een bericht of aankondiging in de krant. Veel van deze persberichten faciliteren de professionele netwerken van redacteurs. De rol van gatekeeper (vgl.

White, 1950; Shoemaker, 1991) is diffuser geworden. In plaats van de chefs van de deelredacties, die vroeger na de eerste schifting van de algemeen geadresseerde persberichten de tweedelijns gatekeepers vormden (vgl. Vasterman, 1989), beoordelen individuele redacteurs nu de meer relevante persberichten in hun persoonlijke mailbox. Hierdoor ontbreekt op de redactie een totaaloverzicht over de persberichtenstroom.

Internet en sociale media hebben de toegankelijkheid van bronnen en de snelheid waarmee nieuwe informatie en bronnen kunnen worden gevonden, sterk uitgebreid. Maar op de editieredacties ziet men ook nadelen – de snelheid van berichtgeving en de betrouwbaarheid van bronnen – die de journalistieke kwaliteit van het werk kunnen schaden.

In termen van kwaliteit kunnen we het algemene spanningsveld omschrijven als het verschil tussen wat individuele redacteurs op grond van hun professionele maatstaven beschouwen als wenselijke kwaliteit van hun werk en wat zij er in de dagelijkse praktijk binnen de redactie en de mediaorganisatie van kunnen realiseren. Hun frustratie hierover heeft te maken met drie spanningsvelden:

- *Organisatie-eisen en -beperkingen frustreren de professionele autonomie*
De dagelijkse productiedruk doorkruist het streven naar kwalitatief onderscheidende berichtgeving en werkt routineuze keuzes in de nieuwsselectie en nieuwsgaring in de hand.
- *Professionele problemen in de omgang met bronnen*
In de omgang met (institutionele) bronnen op plaatselijk niveau kan het wederzijds belang bij coöperatieve relaties botsen met de kritische waakhondfunctie van de redactie. De symbiotische relatie tussen regiojournalistiek, autoriteiten en voorlichters beperkt de onafhankelijkheid en de afstand die redacties geacht worden te bewaren ten opzichte van degenen over wie zij berichten.
- *Uiteenlopende visies op de rol van de krant*
Een deel van de redacteurs oriënteert zich op verdiepende, onderscheidende berichtgeving, en wordt in dit streven door de hoofdredacties gesteund. Toch winnen breed informeren en niets willen missen het in de praktijk van verdieping en onderzoek. Niet alleen vanwege tijds- en werkdruk, ook omdat een ander deel van de redacties eerder breed informeren als primaire opdracht van de regiojournalistiek beschouwt. In de dagelijkse praktijk leidt dit verschil in visie binnen de redacties niet tot discussie.

Het productieproces

Vanaf het ochtendoverleg van de editieredactie is de focus gericht op een efficiënte productie van de krant van de volgende dag. 's Morgens wordt voorlopig besloten welke nieuwsonderwerpen de dragende items op de pagina's van de volgende dag zullen zijn, en worden de belangrijkste onderwerpen aan pagina's en formats toegewezen.

Structuren in de editieberichtgeving in de krant en online zien we in het gebruik van formats en genres, in het gebruik en de vermelding van bronnen en in het differentiëren van de berichtgeving in print en online naar lengte, brongebruik en context. De redacties investeren kwalitatief en kwantitatief voluit in de productie van de papieren krant, terwijl de website hier duidelijk bij achter blijft.

Uit een vergelijking tussen de productieplanning in het ochtendoverleg en de krant zoals die de volgende dag uitkomt, blijkt hoe sterk de berichtgeving het product is van geplande gebeurtenissen binnen de georganiseerde lokale samenleving.

Van de langere artikelen in de krant vermeldt een derde (Brabants Dagblad) tot de helft (De Gelderlander) slechts één bron. Voor een deel van deze artikelen raadplegen redacteurs twee of meer bronnen, maar zij vermelden slechts de meest relevante en gebruiken de andere bronnen als interne controle.

Nieuwsverhalen uit de politieke en bestuurlijke sector, interviews met vertegenwoordigers uit het maatschappelijk middenveld, human interest en service-berichtgeving van gemeenten en verenigingen krijgen dagelijks ruimte in het editiekatern, dat oogt als een journalistieke supermarkt. De onlineberichtgeving met louter korte berichten en korte samenvattingen van langere artikelen in de krant, is bedoeld om bezoekers te trekken en regelmatig te laten terugkeren.

In de multi- en crossmediale productie doen zich spanningen voor tussen richtlijnen, opvattingen op redacties en de praktijk.

- *Digital first botst met concurrentieoverwegingen*

Redacties passen digital first selectief toe. Primeurs bewaren zij uit concurrentieoverwegingen voor de krant, omdat zij dit nieuws niet op internet willen weggeven. Daarnaast bestaat op editieredacties onduidelijkheid over huisregels met betrekking tot de invulling van beide nieuwsplatforms. De site wordt van dag tot dag verschillend gevuld.

- *Journalistieke maatstaven schuren met uiteenlopende kenmerken van nieuwsplatforms*

Er bestaat op redacties verdeeldheid over de principiële vraag of krant en website die onder één titel verschijnen, al dan niet aan dezelfde

professionele maatstaven behoren te voldoen, en over de praktische vraag of de multimediale productie gegeven de permanente werk- en tijdsdruk afbreuk doet aan de journalistieke kwaliteit van de krant, van de website dan wel van beide nieuwsplatforms. Van gelijkwaardigheid van nieuwsplatforms is geen sprake. Het overgrote deel van de redacteurs beschouwt zich als dagbladjournalist met een website als al dan niet gewenst bijproduct.

- *Gewenste versus gerealiseerde identiteit van de editieberichtgeving*
Hoewel de hoofdredactionele uitgangspunten voor de editieberichtgeving in de krant gericht zijn op verdieping, duiding en contextualisering, bestaat het editienieuws in de praktijk voor een aanzienlijk deel uit informatie, gebaseerd op persberichten, service-informatie en human interest-berichtgeving. Een deel van de redacteurs in Tilburg en Arnhem vindt de krant te veel de boodschapper van de plaatselijke autoriteiten en te weinig de kritische volger van de lokale macht.
- *Planning, organisatie en kwaliteitsbewaking van de productie: zoeken en improviseren*

In de dagelijkse productieplanning speelt de vraag of de productie van onderwerpen multimediaal dan wel crossmediaal wordt gepland, een ondergeschikte rol. Het komt mede doordat het regulier overleg over nieuwsselectie en nieuwsgaring weinig tot niet is gericht op crossmediale mogelijkheden in de aanloop naar de productie. In de dagelijkse praktijk is de nieuwsproductie primair een individuele activiteit, maar de randvoorwaarden worden gedictéerd door wat de redactie als geheel dient te produceren ten behoeve van de dagkrant. Als gevolg hiervan blijft de potentiële meerwaarde van het redactiecollectief in het dagelijkse plannings- en productieproces eveneens onbenut. Bij speciale producties voor de middellange en lange termijn investeren redacties wél tijd en creativiteit in crossmediale mogelijkheden.

Relatie editieredactie en haar lezerspubliek

Het reguliere redactieoverleg staat grotendeels in het teken van het inventariseren van te verwachten nieuwsonderwerpen en de voorlopige toewijzing van deze onderwerpen aan formats en pagina's voor de krant van de volgende dag. In het overleg krijgt de relatie met de lezers zelden expliciet aandacht.

Tips van lezers en van plaatselijke correspondenten hebben vaker een human interest- dan een nieuwskarakter. Ze krijgen meer redactionele aandacht in editie-

gebieden met dorpen en kleine steden dan in grootstedelijke editiegebieden. De redacties krijgen elke week wel tips via telefoon, e-mail en soms sociale media.

Lezers worden ook gevraagd als ogen en oren van de redactie te fungeren. Lezersoproepen met het oog op nog te publiceren onderwerpen worden gedaan op de site, in print, via Twitter en Facebook, en vaak op meer platforms tegelijk. Lezers die op verzoek van de redactie hun ervaringen melden met zaken waarover de redactie wil publiceren, kunnen fungeren als nieuwsbron. In de krant, op de site en via sociale media nodigt de redactie lezers uit te reageren op nieuws-onderwerpen. Spontane lezersreacties op artikelen en berichten op de site zijn soms aanleiding voor de redactie om er in vervolgb berichtgeving in de krant aandacht aan te besteden. De reacties kunnen nieuwselementen bevatten, berichtgeving over een onderwerp kan lezers ertoe brengen hun ervaringen te melden, en lezers kunnen commentaar leveren op gebeurtenissen en meningen waarover is bericht. Het bewerken en publiceren van spontane onlinereacties ten behoeve van de krant gebeurt ad hoc, bijvoorbeeld als er in de vervolgb berichtgeving over een nieuwsonderwerp nog ruimte gevuld moet worden.

De brievenrubriek wordt niet alleen gebruikt als podium voor de mening van lezers, maar ook voor aanvullingen en correcties op eerdere berichtgeving: de lezer fungeert soms vaker als corrector van editieberichtgeving dan de redactie.

De stadsdebatten en speciale bijlagen, gewijd aan maatschappelijke en politieke thema's, zijn mede gericht op lezers in de rol van burger.

In de overheersende opvatting op redacties vormen professionele waarden het keurmerk van de krant voor de lezer. Vanuit deze waarden menen redacties het belang van hun lezers het best te dienen door objectief en ter zake kundig nieuwsonderwerpen te selecteren en erover te berichten, plaatselijke ontwikkelingen te duiden en als waakhond van de lokale autoriteiten op te treden. In deze visie is voor lezers in het redactieproces hooguit een rol weggelegd om de redactie zo nodig op onderwerpen en gebeurtenissen te attenderen, nieuwsonderwerpen met hun ervaringen aan te vullen en op berichtgeving te reageren.

De relatie van de redactie met het lezerspubliek kan worden samengevat in het principe dat de redactie de lezer het liefst op afstand houdt. In het omgaan met de gewone m/v zijn drie spanningsvelden met dilemma's geconstateerd:

- *De dominerende nieuwsdefinitie op de redactie*
Redacteuren zeggen een hechte band te hebben met het lezerspubliek en meer dan vroeger naar de lezer te luisteren, maar in de professionele definiëring van wat nieuws en nieuwswaardig is, spelen lezers een

ondergeschikte, passieve rol. Professionele waarden en routines leiden ertoe dat publiek zonder institutionele of vertegenwoordigende functie als bron en als interactieve actor minder interessant is.

- *Lezersinbreng en de rolopvatting van redacteuren*

Het onderzoek laat zien dat editieredacteuren het toenemende belang van lezers en lezersinbreng onderkennen maar er in hun werk weinig naar handelen. In transparantie en uitleggen hoe zij te werk gaan onderscheiden zij zich evenmin. Naar hun mening zitten lezers daar niet op te wachten, en kan de ruimte in de krant beter aan andere regionale informatie worden besteed.

- *Lezersbijdragen en de organisatie van het redactiewerk*

De organisatie van redactionele werkzaamheden is niet gericht op het incorporeren van lezersinbreng in het redactieproces. Lezersonderzoeken vinden geen weerklank op redacties. Dorpen en wijken in gaan voor vox pop-reacties levert de redactie inhoudelijk weinig op. Lezersreacties op de site komen vaak van dezelfde kleine groep. Toch is de redactie geïnteresseerd in wat lezers denken en vinden. Maar zij heeft de beste manier(en) om erachter te komen nog niet gevonden.

Stadsdebatten en bijlagen in het kader van redactionele projecten hebben onder meer als doel burgers te betrekken bij actuele lokale maatschappelijke en politieke kwesties en hun een podium te bieden om hun mening erover te geven. De ervaring op redacties is dat dit doel maar ten dele wordt bereikt. In de praktijk worden de debatten gedomineerd door dezelfde spraakmakende gemeente die het nieuws toch al haalt.

In de relatie tot de lezer is het professionele perspectief dominant. In het nieuwsproces wordt de lezer selectief ingeschakeld onder regie van de redactie. Zeker in deze kernactiviteit van editieredacties zouden we bij uitstek waarden uit het burgermodel verwachten, maar in de dagelijkse routine ontbreken kenmerken uit het burgermodel vrijwel geheel.

7.2 Conclusie: voldoet de redactionele kwaliteit?

De hoofdvraag van het onderzoek is: voldoet de regiojournalistiek als collectieve activiteit van de redactie aan haar eigen maatstaven? Als we de bevindingen ten aanzien van de drie kernactiviteiten in het redactieproces overzien, dan wordt duidelijk dat er een kloof gaapt tussen de ambities en maatstaven die redacteuren hanteren en de alledaagse praktijk van het redactieproces. De kloof tussen ambities

en de praktijk plaatst redacties voor dilemma's, waarvoor we de metafoor van de spagaat gebruiken.

De *eerste spagaat* die redacteuren ervaren, betreft het dagelijks overleg over nieuwsselectie en aanpak en de verdeling van de taken. Het dagelijkse nieuwsoverleg blijft beperkt tot het opsommen van wat aan producties te verwachten is, de verdeling van taken en de planning van producties voor de krant. Het redactioneel overleg heeft beperkte aandacht voor de kwaliteit van het nieuws in termen van nieuwsgaring, nieuwsproductie en de relatie met stad en regio. Wat ontbreekt, is tegenspraak en inhoudelijk overleg over mogelijke nieuws-onderwerpen, de aanpak van geagendeerde onderwerpen en een mogelijk cross-mediale planning en productie van nieuwsonderwerpen. Een gevolg is dat de redactie niet voluit kiest voor dieper gravende, onderscheidende onderwerpen.

Dit strookt niet met de professionele maatstaven van relevante, kritisch-onafhankelijke berichtgeving die voor delen van de redacties prioriteit hebben; het strookt evenmin met de gedocumenteerde uitgangspunten van de hoofdredacties van het Brabants Dagblad (2009) en De Gelderlander (2009) waarin het maken van keuzes in het nieuws en het streven naar verdieping, duiding en verbreding van editieonderwerpen voorop staan.

De *tweede spagaat* waarin de redacteuren zich terugvinden, betreft de noodzaak van zowel verdieping van onderwerpen enerzijds als brede aandacht voor wat er allemaal speelt in de regio anderzijds. In de praktijk wint breed informeren van verdieping en onderzoek. In de nieuwsproductie en de nieuwsproducten zien we twee nieuwsopvattingen tot uiting komen die in het dagelijks nieuwsoverleg soms zijn aangekondigd: hard nieuws en verdiepende achtergrondartikelen naast een breed uitwaaiende berichtgeving over stadswijken en dorpen, vaak met een service- en human interest-karakter. In de productie van beide nieuwsoorten tekent zich binnen de redacties een informele taakverdeling af tussen redacteuren die vooral breed en veel produceren, en redacteuren die naast het reguliere productiewerk de tijd (willen) nemen voor grotere, verdiepende artikelen. Het laatste leidt tot scheve gezichten van redacteuren die het grootste deel van de krant vullen, zo is de ervaring van de 'verdiepers'.

De *derde spagaat* betreft de aandacht voor zowel krant als website. Redacties investeren kwalitatief en kwantitatief voluit in de productie van de papieren krant, terwijl de website hier duidelijk bij achter blijft. Het actueel houden van de site gebeurt niet consequent. Hoewel iedereen geacht wordt te multitasken – dat wil

zeggen: te produceren voor zowel de site als de krant, en liefst ook met inschakeling van sociale media – gebeurt dit in de praktijk maar ten dele. Het uitgangspunt *digital first* wordt alleen toegepast wanneer de papieren krant er niet in actualiteitswaarde en relevantie door wordt gedevalueerd. *Digital first* wordt trouwens door veel redacteurs gezien als een door Wegener opgelegde maatregel, en dit alleen al verklaart deels het ontbreken van een breed draagvlak op de editieredacties.

Sommige redacteurs betreuren het feit dat de redactie de crossmediale mogelijkheden van de eigen site onvoldoende benut, anderen zijn er niet rouwig om omdat de krant in hun visie hét platform is voor journalistieke kwaliteit en de reputatie van de titel. Deze laatste opvatting wordt ook op andere dagbladredacties gehuldigd (zie bijv. Tameling & Broersma, 2012).

Dit verschil in waardering hangt samen met een verschil in opvatting over kwaliteitsmaatstaven waaraan krant en website dienen te voldoen: dezelfde maatstaven of verschillende, rekening houdend met de verschillende functies en doelgroepen van beide nieuwsplatforms? In de praktijk past iedere redacteur zijn of haar prioriteiten aan de eigen opvatting aan, zonder dat dit in het redactiecollectief leidt tot discussie over een gezamenlijke gedragslijn.

De *vierde spagaat* van de regiojournalistiek betreft enerzijds het onderhouden van de netwerken noodzakelijk voor nieuwsgaring en anderzijds de opdracht tot het kritisch volgen van lokale macht. De structuren en routines voor de nieuwsgaring zijn voornamelijk gericht op institutionele bronnen in het veld. De korte afstand tot de lokale autoriteiten en nieuwsmakers leidt tot netwerken van wederzijdse afhankelijkheid.

Tijdgebrek en de noodzaak snel en efficiënt te produceren zijn de belangrijkste oorzaken die redacties aanvoeren voor het verschil tussen gewenste en gerealiseerde kwaliteit in de nieuwsgaring. Hierdoor zijn zij meer aangewezen op bronnen die snel en op maat bruikbare informatie kunnen leveren. Dit versterkt de afhankelijkheid van redacteurs van institutionele bronnen. Binnen redacties beoordeelt men deze ontwikkeling verschillend. Sommigen vinden dat zij te weinig tijd en middelen krijgen om in de nieuwsgaring onafhankelijker van autoriteiten en voorlichters te opereren, anderen hebben geen moeite met de symbiotische en voor beide kanten profijtelijke relatie tussen redacteurs en institutionele bronnen, zolang zij zelf kunnen beslissen wat zij wel en niet publiceren.

De *vijfde spagaat* van de regiojournalistiek betreft de relatie met de lezer, dichtbij en op afstand. Ten aanzien van de relatie tussen redactie en lezer is vastgesteld dat redacteuren *zeggen* een hechte band te hebben met het lezerspubliek en meer dan vroeger naar de lezer te luisteren. Maar in de professionele definiëring van wat nieuws en nieuwswaardig is, spelen lezers een ondergeschikte rol. Professionele waarden en routines vormen een belemmering voor grotere interactiviteit en een actievere lezersinbreng in redactieproces en product. De lezer staat op afstand, en in de professionele visie die op editieredacties de boventoon voert, hoort dat zo te blijven.

De organisatie van redactionele werkzaamheden is niet gericht op het incorporeren van de lezersoptiek, laat staan de lezersinbreng, in het redactieproces. Instituties bepalen de agenda en de invalshoek; instituties zetten de toon, niet de lezers. In de editieberichtgeving figureren vooral functionarissen en slechts in bescheiden mate gewone stad- en dorpsgenoten.

De drie kernactiviteiten van nieuwsgaring, nieuwsproductie en relatie met regio en lezers zijn onderzocht op redactieniveau. De mate waarin deze activiteiten voldoen aan de eigen maatstaven, zegt veel over het functioneren van het redactiecollectief. In hoofdstuk 1 is betoogd dat de editieredactie een bindende factor kan zijn door verschillende functies te vervullen: organisatorische, inhoudelijke, morele en socialiserende. Uit de wijze waarop de onderzochte editieredacties hun kerntaken vervullen, concluderen we dat de organisatorische functie het dagelijkse redactieproces domineert. Weliswaar worden dag in dag uit journalistiek-inhoudelijke keuzes en afwegingen gemaakt, maar die spelen meestal niet op redactieniveau. De selectie en de aanpak van nieuwsonderwerpen gebeurt vooral door individuele redacteuren met hun individuele kennis, ervaring, netwerken en maatstaven. De inhoudelijke kwaliteit van de dagelijkse editieberichtgeving is meer de som van individuele inspanningen, kwaliteiten, opvattingen en prioriteiten dan het resultaat van een collectieve georkestreerde inspanning en kwaliteit.

Voor de kwaliteitsbewaking geldt hetzelfde als voor de dagelijkse selectie en aanpak van nieuwsonderwerpen: het is een individuele activiteit, en de kwaliteit ervan hangt vooral af van individuele capaciteiten en motivatie. Van een collectief proces of een duidelijke structuur van kwaliteitsbewaking is geen sprake.

Er gaapt een kloof tussen wat de redactie als collectief *kan* zijn – een centrum van kennis, expertise, kwaliteitsbewaking en reflectie (Buijs, 2011: 264), dat zijn eigen tegenspraak organiseert en open staat voor vernieuwing (Van Cuilenburg, 1998) – en hoe de redactie in de dagelijkse praktijk functioneert. Het journalistieke proces

op editieredacties – waaraan de kwaliteit van regiojournalistiek in dit onderzoek is getoetst – voldoet als collectieve activiteit slechts ten dele aan de eigen redactionele maatstaven. Hiermee is de hoofdvraag van dit onderzoek beantwoord.

7.3 Discussie

In deze slotparagraaf bespreek ik de reikwijdte van de conclusies uit het onderzoek voor de praktijk, de terugkoppeling van resultaten naar de theorie en eerder onderzoek, en de problematische relatie tussen regiojournalistiek en innovatie.

De conclusies in dit onderzoek naar de kwaliteit van regiojournalistiek zijn in een aantal opzichten beperkt. In plaats van ‘de’ regiojournalistiek hebben we de journalistiek van drie editieredacties van het leidende regionale nieuwsmidium in de onderscheiden steden en regio’s onder de loep genomen. Er is niet gestreefd naar generaliseerbaarheid, maar wel naar theoretische representativiteit, dat wil zeggen: naar goede vertegenwoordigers van kleinere en grotere editieredacties.

De resultaten van de onderzochte editieredacties kunnen niet in alle opzichten worden doorgetrokken naar editieredacties van andere regionale dagbladen binnen en buiten het Wegenerconcern. Toch mogen we zeggen dat de dynamiek op deze redacties die van de regiojournalistiek in Nederland weerspiegelt: de economische ontwikkeling (teruggang in abonnees en advertenties, rendementseisen van mediaconcerns, bezuinigingen op redacties), crossmediale productie (internet, sociale media, multitasking), de relatie tot lokale en regionale bronnen (mondiger lezerspubliek, proactieve voorlichting en pr, eigen platforms van institutionele bronnen). En waar journalisten ook werken, ze zijn gesocialiseerd in dezelfde normen, principes en praktijken (zie ook Ryfe, 2012, XI). Daarnaast hebben we op elk van de editieredacties algemene structuren gevonden, die tot de conclusies in de vorige paragraaf hebben geleid.

De werkwijzen, samenstelling en organisatie van de redacties in Oss, Tilburg en Arnhem, die in respectievelijk 2010, 2011 en 2012 zijn geobserveerd en beschreven, zijn sindsdien weer enigszins veranderd. Ook in dit opzicht zijn de conclusies van het onderzoek beperkt. Maar zoals in de vorige paragraaf is toegelicht, is de focus van dit onderzoek niet gericht op concrete keuzes en oplossingen; het gaat primair om het zichtbaar maken van structuren en het signaleren van meer algemene spanningen en dilemma’s in het redactieproces.

Heeft het onderzoek de bruikbaarheid van de theoretische kwaliteitsmodellen bewezen? Gedeeltelijk wel, voor zover de modellen ons op het spoor zetten van de samenhang van werkprocessen, opvattingen op redacties over prioriteiten in het journalistiek handelen en opvattingen over na te streven professionele waarden. Zo

vonden we binnen elke editieredacties uiteenlopende prioriteiten in de aanpak van onderwerpen en opvattingen die duiden op verschillen in nieuwsdefinitie en in visie op de primaire opdracht van de regionale krant. Verschillen waarin twee typen regio-redacteuren zichtbaar worden, in dit onderzoek aangeduid als de verdiepers (meer onderzoeksgericht) versus de verbreders (meer servicegericht).

Andere bouwstenen uit de modellen gaven niet de verschillen te zien die we theoretisch hadden verwacht. Professionele waarden, normen en routines worden breed onderschreven, en in de kwaliteitscontrole is geen sprake van uiteenlopende opvattingen en praktijken. Ze weerspiegelen de dagelijkse praktijk op editieredacties waarin de productieslag domineert en waarin men probeert van alles tegelijk te doen. Dit resultaat is vergelijkbaar met wat Hijmans (1985, eerder beschreven in hoofdstuk 2.2) vond in haar onderzoek naar perspectieven van leerkrachten. Zoals leerkrachten in de onderwijspraktijk te maken krijgen met het dilemma tussen professionele kennis (waaronder vorming en onderwijsidealen) en de dagelijkse praktijk (het aanleren van vaardigheden), zo zien regio-redacteuren zich geplaagd voor het dilemma tussen beroepsmatig handelen overeenkomstig professionele waarden en normen, en de dagelijkse praktijk die vaardigheden vereist die zijn gericht op efficiënte nieuwselectie, nieuwsgaring en productie.

De hoofdvraag naar de redactionele kwaliteit waarmee we het onderzoek begonnen, was toegespitst op de kwaliteitseisen die door de redacties zelf worden gehanteerd. Het viel dus niet uit te sluiten dat editieredacties tevreden konden blijken met de kwaliteit van hun werk zoals zij die zelf vaststelden. Ruwweg een derde van alle ondervraagde redacteuren bleek inderdaad overwegend tevreden, meestal met de toevoeging 'dat het natuurlijk altijd beter kan'. Maar twee derde was dit niet zonder meer. Zegt dit iets over de kwaliteit van regiojournalistiek, of meer over hun ambitieniveau?

Het was niet het doel van het onderzoek simpelweg na te praten wat regio-redacteuren onder kwaliteit verstaan en wat zij er in de praktijk van zien terechtkomen. Ten eerste heb ik de resultaten uit inhoudsanalyse en observaties en de opvattingen van redacteuren getoetst aan de uitgangspunten en richtlijnen van hun hoofdredacties, om de spanning tussen redactiebeleid en praktijk zichtbaar te maken. Ten tweede heb ik op basis van theorie en literatuur en aan de hand van wat ik op de redacties zag en hoorde, een eigen perspectief op de kwaliteitsvraag ontwikkeld. Vanuit dit onderzoekersperspectief stelde ik vast dat de editieredacties als *collectieve* bundeling van kennis, netwerken, productiecapaciteit en reflectie gebrekkig functioneren, crossmediale mogelijkheden in de dagelijkse praktijk amper benutten, en de gewone lezers, om wie het volgens de redacteuren allemaal

te doen is, vrijwel negeren als dagelijkse nieuwsbron en nieuwsinvalshoek. In de meeste gesprekken die ik in het kader van geldigheidscontrole als *member check* hierover voerde, herkenden redacteurs zich in de strekking van mijn constatering, al voerde menigeen redenen aan waarom het volgens hem of haar niet anders kon en waarom er niet redactiebreed over wordt gediscussieerd.

We kunnen de conclusies over de kloof tussen beoogde en gerealiseerde kwaliteit met betrekking tot de drie redactionele kernactiviteiten nog eens bezien in het licht van de ingrijpende veranderingen waarmee we hoofdstuk 1 begonnen. Dan valt op dat kwaliteitsopvattingen en de dagelijkse praktijk op editieredacties niet, of maar zeer ten dele, mee veranderen. Redacties vertonen veel meer tekenen van continuïteit en bescheiden aanpassingen dan van verandering en journalistieke innovatie. Exemplarisch is de uitgesproken voorkeur voor institutionele bronnen en de hiermee corresponderende nieuwsdefinitie op editieredacties, die in het onderhavige onderzoek vergeleken met de praktijk vóór de opkomst van internet en sociale media (vgl. Pleijter, Willemsen & Hermans, 1997) nauwelijks veranderd is. Buiten raast de mediastorm, maar op de redactie blijft het journalistieke proces zich goeddeels voltrekken langs gebaande, zij het inmiddels multimediale, wegen. Ook de eigen professionele visie op kwaliteit staat niet ter discussie.

In interviews en korte gesprekken op de editieredacties heb ik de ervaren redacteurs gevraagd of hun manier van verslaggeving verschilde van die van ongeveer vijftien jaar geleden. Steevast was het antwoord dat hun werk nauwelijks was veranderd, behalve dat ze nu zelf de website moesten bijhouden. Het kwam overeen met mijn eigen observaties. Op de editieredacties in Tilburg, Oss en Arnhem zag ik dezelfde routines en praktijken die ik kende uit mijn Gelderlandertijd, de periode tot 2004.

Onze empirische resultaten sluiten naadloos aan bij bevindingen uit het surveyonderzoek van journalist en hoogleraar Smit (2013): ‘Op de vraag wat het grootste probleem is waarmee de dagbladjournalistiek wordt geconfronteerd, antwoorden journalisten vooral de gratis verspreiding, het ontbreken van een verdienmodel, vergrijzing, bezuinigingen, hebzuchtige eigenaren en incompetente managers. Minder dan 5 procent van de respondenten steekt de hand in eigen boezem en wijst op de angst voor vernieuwing en het gebrek aan wil om te innoveren.’ Het lijkt erop, aldus Smit, dat veel journalisten geloven dat er van alles gaat veranderen, maar dat zij er niet echt mee te maken zullen krijgen (Smit, 2013). In meer sociologische termen kan men vaststellen dat er een problematische relatie is tussen professionalisme en innovatie.

Professionalisering verzet zich tegen innovatie, concludeerde Wilbert Moore in 1970. Hoewel hij het niet had over journalisten maar over artsen, is zijn conclusie van betekenis voor alle professionals. ‘What is of enduring importance’, aldus Moore, ‘is the homely truth that new knowledge or innovation in technique and practice threaten the very basis upon which established professionals rest their claims to expert competence’ (geciteerd in Meyer, 2004: 233).

Etnografische studies op redacties van Amerikaanse nieuwsmedia in de jaren zeventig lieten zien waarom journalisten zo hechten aan routines. Ze willen snel en gemakkelijk aan informatie komen en hebben hiervoor hun vaste institutionele aanspreekpunten en locaties zoals het gemeentehuis, het politiebureau en de rechtbank. Hier treffen journalisten van verschillende media niet alleen hun bronnen maar ook elkaar, wat hun het gevoel geeft te behoren tot een *community of practice*. Men deelt als professionals opvattingen over wat goede en slechte journalistiek is, en goede journalistiek is de manier waarop zij hun dagelijks werk plegen te doen. Journalisten *zijn* wat zij *doen*. De weerstand op redacties tegen verandering is dus van institutionele én culturele aard (Sigal, 1973; Tuchman, 1973, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1980; zie ook Ryfe, 2009: 199).

De Amerikaanse communicatiewetenschapper David Ryfe bouwde voort op het onderzoek uit de jaren zeventig door tussen 2004 en 2009 als verslaggever te gaan werken en tevens observatieonderzoek te doen op de redacties van achtereenvolgens drie middelgrote regionale kranten in de VS. ‘The fate of journalism is tied to the fate of these newspapers’ (Ryfe, 2012: X). De drie kranten hadden hun beste economische en journalistieke jaren al een tijd achter zich en kampten met aanhoudend verlies aan lezers en adverteerders, en diensengevolge inkrimping van hun redacties.

Bij elk van de drie kranten was Ryfe getuige van een veranderingsproces, in gang gezet door een nieuwe redactieleiding, en in alle gevallen kwam er niets van terecht. Bij de eerste krant leidde het beleid om verslaggevers voortaan alleen in te zetten voor hard-nieuwsverhalen en niet meer aan routinenieuws te doen, tot verwarring, frustratie en verzet op de redactie (Ryfe, 2009, 2012), bij de tweede krant zag de redactie de afgekondigde operatie *digital first* als een bedreiging van haar investeringen in kwaliteitsjournalistiek, en op de redactie van de derde krant, waar *digital first* eveneens was mislukt, werden verslaggevers geacht voortaan als superbloggers content te produceren die het bedrijf nieuwe inkomsten zou opleveren. Opmerkelijk aan de laatste casus is het feit dat ook de redactie vóór verandering was. Alleen wist niemand goed hoe. Dus bleven verslaggevers doen wat ze altijd al deden (Ryfe, 2012: 116).

Naarmate redacteuren minder grip hebben op hun taakuitoefening en werkomstandigheden, gaan zij sterker hun individuele professionele identiteit en maatschappelijke opdracht benadrukken. 'Placed in the pressure cooker of commercial and technological stress of modern newsrooms', aldus Ryfe, 'the new knowledge and skills served only to further harden the culture of journalism. Journalists began to make a fetish of their preferred values and practices' (ibid., 2012: 50-51).

Of de toekomst van de regiojournalistiek nu compleet digitaal of aangepast multimediaal zal zijn, het redactiecollectief zal méér dan tot nu toe het centrum van expertise, kwaliteitsbewaking en reflectie moeten worden, wil het ernaar streven de kloof te overbruggen tussen ambities en dagelijkse praktijk, tussen beoogde en gerealiseerde kwaliteit.

Summary

Regional journalism at a crossroads

Investigating the newsroom of regional newspapers

This study on the quality standards of regional journalism in the Netherlands focuses on the newsroom of multi-media and cross-media producing regional newspapers. The Temporary Commission on Innovation and Future of the Press states in her advisory *De volgende editie [Next edition]* (TCITP, 2009), that regional newspapers represent an essential part of the journalistic infrastructure in the Netherlands. Regional newspapers function as main producers of independent reporting as well as the main watchdog of the regional public domain. However, the entire newspaper industry faces bad financial times as a result of aging readership, declining circulation and advertising revenues, and is thus desperately looking for alternative revenue models.

Although the Temporary Commission claims that regional newspapers are indispensable, the Commission also states that the quality of their reporting is threatened by continuing cuts in staff and loss of function. Moreover, we will formulate the research problem from the broad perspective of simultaneous radical changes, taking place in journalistic practice, the media sector, information technology and society as a whole (Bardoel, 2010). We will raise questions as to what extent and how regional journalism adapts to these changes, and what consequences are for keeping up quality standards.

Against this background, the objective of this study is formulated in chapter 1 as an explorative study to assess the quality standards of regional journalism. Our main focus is on everyday practices in regional/local newsrooms, that is: an average sized editorial staff, reporting on local and regional events on-the-spot. As professional units, newsrooms fulfil an organizational as well as a journalistic

function with respect to content, while at the same time tending to the socialisation of new staff members and serving as a moral community, guarding the quality of their productions and the ethics of journalism practice.

The second chapter offers a theoretical framework to analyze the daily editorial process in local newsrooms. This framework clusters the successive steps commonly distinguished in the editorial process in three core activities: first, the process of news selection, newsgathering and internal consultation prior to the news production (in short: the news process); second, the multi-media and cross-media news production, quality control and news presentation (in short: the production process); and third, the relations between newsroom staff and their readership/public. This relation is partly integrated in the news and production processes, and partly a separate editorial activity. Together, these three core activities define everyday journalistic practice in local newsrooms, including staff members' perceptions of professional quality standards.

To gain more insight into different aspects of journalistic standards, three perspectives on journalistic quality were elaborated: the professional model, the market model and the civic model. Each perspective contains as standard elements: dominant values, a focus on a specific social group, a perception of news, characteristics of styles and genres, a definition of the role of a journalist and ways to control quality. In the professional model the journalists' professional perspective is of central importance, the market model holds that newspapers have to be attractive to a broad public, while the civic model unites journalists and readers in their common involvement in the community the newspaper serves. The second chapter concludes with the main research question:

How does regional journalism, as a collective newsroom activity, meet its own quality standards?

The main research question comprises five sub-questions, referring to the three core activities (the news process, the production process and the relation with readers) as well as to the perspectives on journalistic quality:

1. How is editorial consultation on core activities made up?
2. Which structures – behavioural patterns and working routines – are connected to core activities?
3. Which quality characteristics – values, orientations, and perceptions – are used with regard to core activities?

4. Which of the three quality perspectives is dominant in relation to core activities?
5. Which tensions are notable with regard to core activities?

The third chapter describes the design of the actual empirical study. To explore the everyday process in local newsrooms we used participant observation as our general research strategy. Since few tools from previous research on this field were available, we designed a study with limited cases to explore and compare: the case-study design (Yin, 2003). We selected three different local newsroom settings: Brabants Dagblad in Tilburg, Brabants Dagblad in Oss and De Gelderlander in Arnhem. None of these three local editorial staffs share office with the general editorial staff of the newspaper.

Through various methods of observation, we collected and pieced data together on choices and routines in the newsroom, journalist's motivations for choices and routines, quality standards journalists claim to pursue, tensions journalists experience between desired and actual quality, the composition of local and regional coverage both in print and online, and editorial guidelines for local and regional reporting. By analyzing and comparing data, we assessed patterns and discovered tensions and dilemmas the editorial staffs have to solve in every stage of the editorial process, and in relation to their readers.

In the next three sections we present the results for each of the three core activities.

News selection and newsgathering in the local newsroom (chapter 4)

Daily editorial staff meetings are only of limited importance for the selection and address of news items. Its main function lies with the identification of topics for next day's paper edition, on the basis of already completed productions, appointments made by reporters for this day, and the agenda.

Besides regular staff meetings, less structural forms of consultation were identified: project planning sessions, brainstorming sessions and ad hoc consultations. The first two forms were found when editorial staffs were planning a series of articles or a newspaper supplement on a topical issue, for instance a series of articles as a precursor to a citizen debate, organized by the newsroom staff. Ad hoc consultation is a daily routine when a planned topic is cancelled, or when the planning needs to be adjusted because of breaking news events.

In the newsgathering process, routines are visible that serve '*to deliver, within time and space limitations, the most acceptable product to the consumer in the most*

efficient manner' (Shoemaker & Reese, 1996: 103-104). An example is a reporter's routine phone call to a press officer or some institutional source, for the sole purpose of adding a quote to a recently published press release.

Reporters mainly rely on their own networks of potential sources. When selecting news topics, direct contacts and interactions between reporters and sources are useful and convenient. These networks, however, do not represent the local community as a whole; they mainly represent organized sections of the community. The majority of participants in the reporter's networks owe this position to their function in governmental and political institutions, business enterprises, and the socio-cultural sector. Common residents of city districts, suburbs and villages are a minority in the reporter's local networks.

As to topic selection and newsgathering, reporters structurally use press releases. These serve as important agenda setters, and press release content is regularly more or less incorporated into the news item. Concerning the supply and use of press releases at the Arnhem newsroom, we found that reporters almost always consult more sources than the press release as such.

The vast majority of press releases from the municipal press office receives some form of attention in the local newspaper. In case of service-type issues, press release and newspaper content are largely or entirely copies, but in most cases the content, structure and approach of articles in the newspaper are clearly different from the corresponding press releases.

Our study in Arnhem reveals that sending a press release to the e-mail address of an individual reporter is much more effective than sending it to the general newsroom address. Less than ten percent of the daily flow of press releases sent to the general newsroom mailbox results in a news item or agenda item. More than half of the press releases sent directly to a beat reporter, results in a news item or agenda item. Many of these releases are facilitated by the reporters' professional networks. However, the gatekeeper's role (see White, 1950; Shoemaker, 1991) has become more diffuse. Instead of the desk chief, as the second gatekeeper in line after the first selection of generally addressed press releases (Vasterman, 1989), individual reporters themselves assess the relevance of the main part of all press releases found in their personal mailboxes. As a result, the editorial staffs lack a comprehensive overview of current press releases.

The Internet and social media have greatly expanded the accessibility of sources and the speed with which new information and relevant sources may be found. However, newsroom staff members are also aware of the risks – considering the

speed of coverage and the reliability of sources – that could harm the journalistic quality of their products.

In terms of quality standards, the general problem may be defined as the difference between what editors consider desirable, based on their professional standards, and what they actually can achieve in the daily practice of the local newsroom and the specific demands of the media organization. Their frustration arises out of three areas of tension:

- *Organizational demands and restraints frustrate professional autonomy*
The daily output pressure thwarts the pursuit of distinctive quality reporting and fosters grinding work choices in news selection and newsgathering.
- *Professional problems in dealing with sources*
In dealing with local (mainly institutional) sources, the mutual interest in co-operative relationships may interfere with the critical watchdog function of journalism. The symbiotic relationship between local/regional journalism, authorities and press officers reduces the independence and the distance journalists are supposed to keep with respect to those over whom they report.
- *Different views on the role of the newspaper*
Some of the journalists are focused on in-depth, distinctive coverage, and find support for this endeavour by their chief editors. Still, in everyday practice broad news coverage and striving for completeness prevail. Not only because time constraints and output pressure frustrate in-depth journalism, but also because another part of the newsroom staff consider extensive news coverage the primary mission of regional journalism. In the daily news process however, these different views on deeper versus broader reporting never rose to discussion.

The production process (chapter 5)

From the morning staff meeting on, the newsroom process focuses on efficient production of the next day's newspaper. In the morning hours preliminary decisions are made about which news items will be the topics on next day's local and regional pages, while main items are assigned to specific pages and formats.

As to regional coverage we found patterns and routines such as using formats and journalistic genres, using and citing sources, and differentiating print and online in terms of length, resource usage and context of coverage. Newsrooms make a full investment, qualitatively and quantitatively, in newspaper production, whereas the website clearly lags behind.

Comparing the production planning in the morning hours with the regional content in next day's newspaper reveals how strongly the coverage depends on scheduled (media) events within the organized local community. One-third to one half of longer articles on the local and regional pages only mentions one source. For some of these articles reporters do consult two or more sources, but they only mention the most relevant one and use other sources as a check. In their view, source transparency in these cases is less relevant.

News stories from the political and administrative sector, interviews with representatives of civil society, human interest and service coverage of municipalities and associations, daily recur in the newspapers' regional section, which looks like a journalistic supermarket. The website version with only short messages and summaries of longer articles from the newspaper, aims to attract visitors and persuade them to return regularly.

In the process of multi-and cross-media production, four tension areas between editorial views and guidelines on one side and the daily newsroom practice on the other side are observed:

- *Digital first clashes with competition*
In each newsroom editorial staffs selectively adjust the publisher's principle *digital first*. For competitive reasons scoops are retained for the newspaper, because they do not want to give it away on the Internet. In addition, the newsroom staffs disagree about the interpretation of house rules regarding the distinctive products of the two news platforms. The site is filled up differently from day to day.
- *Journalistic standards are constrained by differences in news platforms*
The fundamental question whether newspaper and website appearing under the same title, should meet the same professional standards divides the editorial staff. Given the permanent working and time pressure, the practical question of multimedia production is whether the quality of the newspaper or the website should prevail. Equivalence of both news platforms however, is no question. The vast majority of regional journalists consider themselves newspaper reporters, with the website as a (sometimes desired) by-product.
- *Desired versus actual identity of the edition coverage*
Although the editorial guidelines for local and regional news are focused on in-depth coverage, interpretation and contextualization, a significant part of the coverage turns out to be based on press releases, or to contain service information and human interest. Some of the newsroom staff members in both

Tilburg and Arnhem label their newspaper as too much the messenger of the local authorities and too little the critical watchdog of local power.

- *Planning, organization and quality control: individual improvisation instead of editorial guidelines*

The question whether news issues should be planned as a multi-media or a cross-media production, plays a subordinate role in everyday production. Insofar as substantial investments are made in cross-media production, it concerns special mid-term or long-term editorial projects. The daily editorial staff meeting does not focus on cross-media opportunities in the production process. In daily practice, news production is primarily an individual activity, whose conditions are dictated by what the newsroom staff as a whole has to produce for the daily newspaper. As a result, the potential added value of the newsroom staff as a collective for the daily processes of planning and production remains unexploited.

The relationship between newsroom and readership (chapter 6)

The regular daily meeting of the editorial staff is largely devoted to identification of expected news issues and provisional assignment of topics to formats and pages for the next edition. In these newsroom discussions, the relationship with the readers of the newspaper is only rarely discussed. Readers may provide news tips, or are asked to give their opinion on local issues.

Tips from readers and local correspondents are more commonly of human interest than news. Tips receive more attention from regional editors in areas with villages and small towns than in metropolitan areas. Readers send their tips regularly by phone, email, and at times the journalists use social media.

Readers are asked to serve as the eyes and ears of the regional newsroom staff. The staff regularly uses reader calls on the site, in print, through Twitter and Facebook, and often on more platforms simultaneously, in connection with news items to be published. Besides, in the newspaper, on the website and through social media readers are invited to respond to news issues. In some cases responding readers may act as a news source. Spontaneous reader comments on articles and posts on the site sometimes give rise to further editorial attention and coverage.

The responses may contain news features, reporting on a topic may bring readers to report additional information and experiences, and readers may comment on reported events and publicized opinions. In specific ad hoc cases, online responses have been edited and published in the newspaper, for example, when in a follow up news report space has to be filled.

The letters to the regional/local editor section is not only used as a platform for views of readers, but also for additions and corrections to earlier published news reports. The reader sometimes functions more as corrector of issue coverage than the editor. In special cases, like newspaper supplements dedicated to city debates or regional and local social and political themes, readers are approached in their role of citizens.

According to the dominant view in newsrooms on readership, the quality of the newspaper should be evaluated in terms of professional journalistic values. In line with this view, newsroom staffs consider to serve the interest of their readers best by selecting and reporting news topics objectively and with expertise, by interpreting local developments, and functioning as a watchdog of local authorities. In this perspective on the editorial process readers are welcome to suggest local topics and events, add their experiences to news topics and respond to news items. The editorial staff reports, analyzes and comments with professional authority, while readers may respond on the site, or in a special section in the newspaper.

The relation of the newsroom staff with their readership may be summarized as the principle to preferably keep the reader at a distance.

In dealing with their readers, the public and the ordinary man in the street, three areas of tension show:

- *The dominant news definition of the newsroom*

Journalists at regional/local newsrooms claim to have close ties with their readership and to listen more to the reader than in the past, but in their professional definition of what is newsworthy and news, readers play a subordinate, passive role. Professional values and routines mean in practice that persons without an institutional or representative function are less interesting as a news source or an interactive party.

- *Reader contributions and the journalist's role*

This study shows that regional journalists recognize the growing importance of readers and readers' contributions, but few actually show this in their daily actions. In their view, readers neither expect nor appreciate transparency and explanations from journalists; readers expect journalists to fill editorial space with more relevant regional information.

- *Reader contributions and the organization of the editorial work*

The organization of editorial work is not aimed at incorporating reader input into the drafting process. Reader surveys meet no echo in newsrooms. Journalists visiting villages and neighbourhoods for *vox pop* responses are not

considered to be a very productive way of newsgathering. Reader comments on the newsroom website often come from a specific, small group. Yet, at the same time, journalists are interested in what readers think and feel, but the best way(s) to catch a view on this is yet to be found.

Every now and then the newsroom staffs initiate editorial projects, like City debates or special newspaper supplements, aimed to involve citizens in current local policy issues. Although the objective is to offer a platform for citizens and readers to engage in local discussions and present their opinions, editors mention that this goal can only partly be achieved as these debates are commonly dominated by the same people who already feature in local news matters.

With respect to their readership, editorial staffs act from a professional perspective. Readers are only selectively activated in the news process, under the direction of the newsroom staff. Especially in this core activity of the local newsroom we would expect to have observed civic model values, but in the daily routines the features of this model are lacking almost completely.

Conclusion

In the final chapter we resume our main research question: *Does regional journalism as a collective newsroom activity meet its own quality standards?*

From reviewing the findings of the three core activities, it became clear that a large breach exists between the editorial aspirations or standards on one side and the results of the everyday newsroom process on the other. Using a metaphor derived from ballet and gymnastics, we may conclude that newsroom editors have to cope with the problem of doing several splits.

The *first splits* in which journalists have to find a balance, involves the daily staff meeting on news selection and news angles, and the distribution of editorial work. These meetings hardly lead to a collective discussion but are restricted to listing items to be produced, distributing tasks and planning productions for next day's newspaper. In newsroom consultations the quality of news in terms of newsgathering, news production and its relationship with the region and city hardly receives any attention. What is missing here are discussions and opposing proposals for possible news topics and news angles, deliberations on how to handle agenda items and how to plan and elaborate cross-media news productions. As a consequence, the editorial staffs do not choose for distinguishing subjects and deeper digging news productions, in spite of the chief editor's mission statements of both Brabants Dagblad (2009) and De Gelderlander (2009) emphasizing that critical and independent reporting should be the standard.

A *second splits* concerns the need for both in-depth topical issues and broad coverage of all that is happening in the region. In daily practice, broad coverage prevails. Two news concepts are reflected in the news production and news products: hard news and in-depth background articles on the one hand, and on the other hand extensive coverage of issues and events in neighbourhoods and villages, often with service and human-interest features. In the production of both news types, an informal division of labour emerges between those mainly broad and very productive reporters and some who want and need time for in-depth articles, besides regular production work. These ‘deep diggers’ sometimes feel the jealous eyes of those who fill in the larger part of the newspaper.

A *third splits* concerns the attention needed for both newspaper and website. Newsroom staffs fully invest qualitatively and quantitatively in the production of the newspaper, while the website clearly lags behind. Although everyone is expected to multitask – that is: to produce for both the site (including an update every hour) and the newspaper, and preferably with the use of social media – in practice, multitasking is only partially realized. The publishers’ rule *digital first* is only applied when the printed newspaper is not devalued in actuality and relevance. Some journalists regret that cross-media capabilities of websites are underused, while other staff members disagree as, in their view, the newspaper is *the* leading platform for journalistic quality and reputation of the title. These differences of appreciation between editorial staff members reflect different views on journalistic quality standards. In absence of a collective discussion in the newsroom about a general course of action, as a consequence, every journalist adjusts his or her priorities to his or her own conceptions.

A *fourth splits* concerns maintaining the networks necessary for newsgathering, and at the same time fulfilling the mission of critically monitoring local power. The structures and routines for newsgathering are mainly focused on institutional sources. Direct communication lines with local authorities and newsmakers foster networks of mutual interdependence, that might endanger a critical stance to local power.

Lack of time and the need for quick and efficient production are the main conditions journalists mention to explain the gap they feel between the desired and the realized quality standard in newsgathering. As a result, they depend on news sources providing information that is useful, fast and customized. This reinforces journalists’ dependence upon institutional sources. Some journalists feel that they do not have enough time for real independent newsgathering; others experience no

difficulty with the symbiotic and mutual profitable relationship between them and institutional sources, provided that they are free to decide what and how to publish. The *fifth splits* concerns the relationship with readers, both near and remote. Regarding this relationship we found that journalists claim to have close ties with their readership, and to be more inclined to listen than they used to. However, in their professional definition of what is newsworthy and news, readers play a subordinate role. Professional values and routines are indeed a barrier for greater interactivity and more active reader involvement in the newsroom process and news production. The reader is remote, and rightly so, according to the prevailing professional view. Institutions set the agenda and the news angle, not the readers, nor the common city, suburban and village residents.

The three core activities – newsgathering, news production and relating to the region and readers – have been examined as everyday newsroom processes. The extent to which these activities meet editorial quality standards is telling of the performance of the newsroom as a collective. Chapter 1 argued that the editorial newsroom may be a binding factor by performing different functions. This study concludes that the organizational function dominates the daily newsroom processes. Although journalistic choices and tradeoffs are frequently present, they are but seldom discussed in the newsroom itself. Selection and address of news topics are executed primarily by the individual journalist on the basis of his or her individual knowledge, experience, and network. The resulting quality of daily local and regional coverage is therefore considered as the sum of individual efforts and abilities rather than the result of a shared orchestrated effort. The same conclusion holds for quality control and quality management in the newsroom: quality control is primarily an individual activity, monitoring quality depends mainly on individual abilities and motivation.

To conclude: there is a gap between what the newsroom as a collective *can be* – a centre of knowledge, expertise, quality management and reflection (Buijs: 264), that organizes its own opposition and opens up to innovation (Van Cuilenburg, 1998) – and the regional newsroom *as it is* in everyday practice. Regional journalism as a collective newsroom activity hardly meets its own quality standards.

Three questions are raised in the discussion section: the generality of the outcomes of the case-study, the implications of these outcomes for theory and previous

research, and the value and significance of the study for the future of regional journalism.

The findings of this study on the quality of regional journalism are limited in several respects. Instead of *the* regional journalism, we focused on the journalistic process at three editorial newsrooms of leading regional news media. Although no forced attempt was made to generalize the findings, we sought a certain degree of representativeness in purposively selecting relatively small and larger edition newsrooms. The results of the three analyzed cases cannot simply be extrapolated to newsrooms of other regional newspapers, inside or outside the Wegener Group. However, the dynamics we discovered at these regional newspapers actually mirror those at work in the broader profession, as David Ryfe (2012: XI) concluded in his ethnographic study of the newsrooms of three American regional dailies.

There is reason to believe that the results of the selected cases in the Dutch provinces of Noord-Brabant and Gelderland indeed reflect the dynamics of regional multimedia journalism in the Netherlands. That is in terms of economic trends (declining market penetration, loss of advertising revenues, investor demands regarding profitability, cutbacks in newsroom staff), of cross-media production (Internet, social media, multitasking), and in terms of the relationship with local and regional news sources (pro-active communication and public relation officers, sources using own platforms and avoiding journalistic interference, empowering readership). And above all, journalists in general have been more or less socialized in the same norms, practices, and principles, wherever they may work (Ryfe, *ibid.*). Furthermore, we observed some overall patterns at work in the three newsrooms, as discussed in the previous paragraph.

Working routines, composition and functional organization of each newsroom in Oss, Tilburg and Arnhem, observed and described in respectively 2010, 2011 and 2012, have since changed somewhat. In this respect, the conclusions of the study are limited as well. But, as explained above, this study did not focus on specific choices and solutions; we were primarily concerned with the discovery of working patterns and the identification of general tensions and dilemmas in the editorial process.

The quality models put us on the track of consistency of work processes, attitudes within the newsroom on priorities in journalism, and beliefs about pursuing professional values. We found differences in priorities in covering news issues, reflecting differences in both news definitions and visions on the primary mission of the local newspaper. However, other building blocks of the models did not differ according to what we expected theoretically. Professional values, norms, and

routines are broadly endorsed. They reflect daily practices in the newsroom, dominated by the production battle, while reporters and staff try to combine several professional duties at the same time. This result is comparable with Hijmans' research into teacher perspectives (1985). Like school teachers, dealing with the dilemma between professional knowledge (including training and educational ideals) and practice (teaching of skills), regional journalists are faced with the dilemma of professional conduct in accordance with standards and values, and daily practice, requiring skills that are focused on efficient news selection, news gathering, and news production.

The main research question in this study was limited, as the degree of compliance with quality standards was linked to collective standards the editorial staff used to review their daily production. Therefore, it could not be excluded that they turned out to be satisfied with the quality of their work. Roughly one third of all journalists surveyed were indeed predominantly satisfied, usually with the addition 'we can always do better'; two thirds were not satisfied. Is this an indication of the quality of local journalism, or rather of their level of ambition?

This study was not aimed at parroting what local newsroom staff members define as quality and what they end up seeing in practice. First, I tested the results of content analysis and observations, and the opinions of journalists against the principles and guidelines of their chief editors, in order to make tensions visible between editorial policy and daily local practice visible. Secondly, I developed my own perspective on the quality issue, based on theory and literature, and on what I saw and heard during my newsroom observations. From a researcher perspective, I found that the local newsrooms at the collective level – potentially bringing together knowledge, networks, production and reflection – apparently malfunction, hardly use cross-media capabilities in daily practice, and virtually ignore the public as potential daily news sources and news angles. In most of the conversations I had, partly meant as a member check, journalists recognized themselves in the direction of my findings, although arguing all sorts of reasons why they could hardly act otherwise, and why these issues were not widely discussed within the newsroom.

In the perspective of the profound changes outlined in chapter 1, we may ascertain that quality perceptions and everyday practice at newsrooms do not, or at the most partially, change. Processes in the newsroom mainly show signs of continuity and modest adaptations rather than substantial changes or journalistic innovation. Outside the media storm rages, but inside the newsroom journalistic – meanwhile multi-media – processes go steadily along the well known track.

In interviews and short talks on the issue, I asked experienced journalists whether their present-day way of reporting and editing differed from that of about fifteen years ago. Invariably the answer was that their work had hardly changed, except for keeping up the website. Their responses were consistent with my own observations and my personal experience as a former newspaper journalist.

Furthermore, the empirical results in this study turn out to be consistent with findings from a survey research of Smit (2013): 'When asked what is the biggest problem facing newspaper journalism, journalists answer: especially the free distribution, the lack of a revenue model, aging readership, cuts, greedy newspaper owners and incompetent managers. Less than 5 percent of the respondents search their own hearts and highlight the fear of innovation and the lack of innovative spirit.' It seems, according to Smit, that many journalists believe that all sorts of things are about to change, but that this will not really affect them (Smit, 2013). In sociological terms, one may conclude that the newsroom shows a problematic relationship between professionalism and innovation.

Professionalization resists innovation, Wilbert Moore concluded in 1970. Though he was not referring to journalists but to doctors, we think his conclusion is still relevant for all professionals. 'What is of enduring importance', Moore wrote, 'is the homely truth that new knowledge or innovation in technique and practice threaten the very basis upon which established professionals rest their claims to expert competence' (in Meyer, 2004: 233).

Journalists share professional beliefs about what is good and bad journalism, and good journalism is how they practice their profession from day to day. Journalists *are* what they *do*. The resistance to change is both institutional and cultural (Sigal, 1973; Tuchman, 1973, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1980; see also Ryfe, 2009: 199). The more journalists lose control over their duties and working conditions, the more strongly they will emphasize their individual professional identity and public mission. 'Placed in the pressure cooker of commercial and technological stress of modern newsrooms', Ryfe observed, 'the new knowledge and skills served only to further harden the culture of journalism. Journalists began to make a fetish of their preferred values and practices' (Ryfe, 2012: 51).

Whether the future of regional journalism will be completely digital or mainly multi-media, in both cases, the regional newsroom will have to serve, more than ever, as a centre of expertise, quality management and reflection – to bridge the gap between journalistic aspirations and daily practice, between the desired and actual quality.

Bijlage 1. Het ochtendoverleg op de editieredactie

Het dagelijkse ochtendoverleg van de editieredactie wordt voorgezeten door de redactiechef of diens plaatsvervanger. Gewoonlijk duurt het op een grote editieredactie ca. een half uur, op een kleinere redactie korter. Het overleg heeft geen formele agenda maar verloopt wel volgens een vast patroon:

1. Mededelingen: wie zijn er vandaag niet, etc.
2. De krant van vandaag: algemene en editiepagina's worden doorgebladerd, opmerkingen worden gemaakt over wat wel en niet goed is. Naar aanleiding van berichten worden suggesties gedaan voor eigen vervolgonderwerp.
3. De krant van morgen: grotere onderwerpen die al in de dagagenda staan, worden aangekondigd en eventueel toegewezen door de coördinator/eindredacteur. Daarna meldt iedere redacteur waarmee hij/zij bezig is, wat geschatte lengte en genre/format van nog te schrijven artikelen worden, welk beeldmateriaal erbij kan en voor welke dag en pagina het bestemd kan zijn. Verder melden redacteurs onderwerpen waar zij achteraan gaan zonder vooraf te weten of en wat het oplevert. Mogelijke foto-onderwerpen voor de krant van morgen worden besproken. De coördinator houdt bij welke onderwerpen zijn (of moeten worden) uitbesteed aan medewerkers en wat door andere editieredacties zal worden aangeleverd. Tegen het einde van het overleg is de invulling van de editiepagina's in grote lijnen gepland.

Het dagelijks ochtendoverleg wordt tevens gebruikt om onderwerpen te opperen voor de wat langere termijn, maar gewoonlijk worden deze onderwerpen doorgeschoven naar het wekelijks overleg (in Arnhem) of het periodiek overleg van deelredacties (in Tilburg).

Bijlage 2. Een Tilburgse dag uit het logboek

Uit het ochtendoverleg BD-redactie Tilburg, dinsdag 22 maart 2011:

Vast agendapunt op dinsdag is het onderwerp voor rubriek De Gemoederen van woensdag (Tilburgers kunnen hierin gevraagd en ongevraagd reageren op een actueel onderwerp).

T01: Nemen we de moeder van 63 of een regionaal onderwerp? N.a.v. het SP-raadslid Veerle S. die zich bedreigd voelt door supporters van Willem II: horen bedreigingen van burgemeester en raadsleden er tegenwoordig bij?

[**MEMO:** Uitzoeken wat er met dit raadslid aan de hand is. Er staat een kort bericht over haar op de pagina Tilburg.]

T10: Die discussie kunnen we ook in eigen huis voeren.

T01: Hoe serieus neem je een bedreiging uit de Willem II-hoek? Trek het onderwerp breder dan dit geval van één raadslid. T01 suggereert een paar namen om te bellen. T05 en T18 doen vandaag de rubriek.

Na het ochtendoverleg lees ik het bericht en vertellen redacteuren mij dat er de vorige dag al discussie was geweest naar aanleiding van een brief die afgelopen weekeinde op de BD-site is geplaatst. Daarin hekelt een kennelijke Willem II-supporter het SP-raadslid vanwege haar kritiek op de voetbalclub en zijn aanhang. Het raadslid liet de redactie vervolgens weten zich bedreigd te voelen door kringen rond Willem II, en verweet de BD-redactie olie op het vuur te gooien door plaatsing van de gewraakte brief. Dinsdagochtend haalde de redactie de brief van de site.

Dinsdagmiddag laait de discussie bij het bureau van de redactiechef weer op. T05 vindt dat de krant de brief in een sfeer van bedreigingen niet op de site had moeten zetten. Hij heeft er maandag over gemaild met de hoofdredactie en de opinieredactie in Den Bosch, maar die bleken even verdeeld als de redactie Tilburg: is de brief op het randje of er overheen? T01 blijft van mening dat in de gewraakte brief geen onvertogen woord staat, dat het waarschijnlijk ironisch bedoeld is, en dat het raadslid een dergelijke reactie met haar ongenueanceerde uitspraken over Willem II heeft uitgelokt.

[**MEMO:** Waarom is de brief dan toch van de site gehaald, en op wiens initiatief?]

Omdat ik de discussie belangstellend volg, geeft T05 mij even later prints van de gewraakte brief en van zijn e-maildiscussie van maandag met de redactieleiding in Den Bosch.

[Vervolg op MEMO: De brief is van de site gehaald door – of na overleg met – de redactiechef, ook al vond hij de verwijdering zelf niet nodig. De redactie bleef verdeeld over de kwestie van de redactionele verantwoordelijkheid, die werd opgelost door de aanleiding onzichtbaar te maken.]

Bijlage 3. Instrument inhoudsanalyse

1. Soort bericht

Uit welke categorieën bestaat de editionele nieuwsberichtgeving?

- a. Lang bericht: Artikelen van 30 en meer krantenregels
- b. Kort bericht: Berichten t/m 29 krantenregels
- c. Nieuwsrubriek: rubrieken met een nieuwskarakter (lokale personen en verenigingen in het nieuws)

Fototeksten hebben het karakter van korte berichten en worden als zodanig meegeteld.

Niet meegeteld zijn foto-onderschriften, servicerubrieken, columns, rectificaties en aankondigingen van de editieredactie.

Een lang artikel op een binnenpagina en een kort bericht dat als ankeiler op de eerste editiepagina naar het lange artikel verwijst, tellen als één item. Wordt het interview gebruikt om er met aanvullende informatie voor de eerste editiepagina een groter artikel van te maken, dan worden ze als twee items geteld.

2. Plaats bericht

Voorpagina of katernpagina aanduiden met paginanaam gebruikt door krant (B1, B2, etc).

3. Journalistieke bron

Wordt vermeld wie het bericht heeft gemaakt?

Journalistieke bron = naam verslaggever, door onze verslaggever, door onze redactie economie, van onze correspondent, etc.

4. Meldbron

Wordt een meldbron genoemd? Meldbronnen: schriftelijke en online-documenten, berichten uit andere media.

5. Veldbron

Veldbronnen: al dan niet met naam genoemde functionarissen, woordvoerders en andere personen genoemd in het bericht.

6. Eén bron

Berichten waarin één bron wordt genoemd, of waarvan duidelijk is dat ze van één bron afkomstig zijn (zoals politieberichten).

7. Positie bron in gemeenschap

- a. Autoriteitsbronnen: overheden, (gemeente)politiek, politie, justitie, advocatuur (in strafzaken), adviesraden en toezichthouders overheid.
- b. Middenveldbronnen: bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties (zorg en welzijn, onderwijs en onderzoek, cultuur, kerken, woningcorporaties, sport).
- c. Publieksbronnen: iedereen die niet als vertegenwoordiger of werknemer van de overheid, de politiek of het maatschappelijk middenveld in het nieuws komt.

8. Soort publieksbron

- a. Bestuursleden en woordvoerders van plaatselijke vrijwilligersorganisaties, verenigingen (amateurorkesten, amateurvoetbal), wijk- en buurtcomités etc.
- b. Leden van vrijwilligersorganisaties, verenigingen, comités, deelnemers aan evenementen, acties, demonstraties e.d.
- c. Gewone plaatsgenoten (wijk- en dorpsbewoners, winkelend publiek, toeschouwers, ooggetuigen).
- d. Slachtoffers van delicten, verdachten die terechtstaan.

Voorbeeld van toepassing instrument inhoudsanalyse: De Gelderlander, editie

Arnhem & omstreken, woensdag 9 mei 2012, pagina 23

‘Rijnboog kan ons niet snel genoeg verder gaan’

Door **Marco Bouman**

ARNHEM – Zijn voorganger Henri Lenferink beklom de toren van de Eusebiuskerk om Arnhemmers zijn Rijnboogplan toe te lichten. Wethouder Gerrie Elfrink kiest voor de rondwandeling. ‘Het plangebied is nu natuurlijk ook een stukje kleiner’, zegt hij lachend. De wethouder Rijnboog (de vierde alweer) loopt deze dinsdagavond met zijn gezelschap door de Nieuwstraat. Ooit figureerde die als haven in glanzende *artist’s impressions*. Dat was in de tijd dat het plan voor de zuidelijke binnenstad nog steen des aanstoots was. Sinds het huidige college van burgemeester en wethouders het idee van een haven liet varen, is de kritiek verstomd. Merkt ook Elfrink tijdens zijn Rijnboogwandelingen, waarmee hij alweer aan tweede seizoen begint. ‘Goede vragen’ krijgt hij veel. Aanmerkingen nauwelijks. ‘Mensen willen dat er nu eens wat gebeurt.’

Het gezelschap is klein. Een achttal mensen trekt in het kielzog van de wethouder door het centrum, waar op dinsdag zo weinig te beleven valt dat zelfs acht burgers, een projectleider en een wethouder al de aandacht trekken.

‘We hebben wel eens veertig geïnteresseerden gehad. Moesten we in twee groepen gaan lopen’, zegt Elfrink op de Kleine Oord, waar hij stilstaat bij de supermarkt die in het Bartokblok moet komen en het kleine stukje Veluwe dat Arnhem sinds vorige week rijk is.

Kroon op de wandeling door verloederend Arnhem is het Kenniscluster, dat aan de Oeverstraat met de snelheid van een verdieping per maand de grond uit schiet. Het is na al die jaren het eerste tastbare bewijs dat het Arnhem met Rijnboog ernst is.

Joop Gaasbeek en Marion Lenselink kan het niet snel genoeg gaan. Ze kijken al uit naar de bouwoverlast, zeggen de twee. En dat is nauwelijks als grapje bedoeld. Lenselink en Gaasbeek zijn ervaringsdeskundigen. Hun appartementen aan de Rodenburgstraat zijn net compleet gerenoveerd.

Ze wonen in hun wederopbouwflat (die blijft staan) middenin het Rijnbooggebied, volgen de ontwikkelingen op de voet en willen nu wel eens van de wethouder zelf horen wat er allemaal speelt. ‘Wij vinden het spannend’, zegt Lenselink. ‘Ze kunnen wat ons betreft niet snel genoeg verder gaan.’

Elfrink kijkt er ook naar uit. ‘Welkom in het paradijs’, zegt hij als het groepje in het Paradijsgebied staat. ‘Zo heet het hier tenminste. Een verlopen gebied als dit, op vijftig meter van de kerk, vind je nergens meer. Ik hoop dat het hier binnenkort met recht weer Paradijs genoemd kan worden.’

Meewandelen met wethouder Gerrie Elfrink (= inzet in artikel Rijnboog)

Wethouder Gerrie Elfrink wandelt dit voorjaar nog drie keer met belangstellenden door het Rijnbooggebied in Arnhem:

Vrijdag 25 mei van 15.30 uur tot ongeveer 17.00 uur;

Dinsdag 19 juni van 19.00 uur tot ongeveer 20.30 uur;

Donderdag 28 juni van 15.30 tot ongeveer 17.00 uur.

Aanmelden dan via (026) 3773256 of via info@rijnboog.nl.

- | | |
|-------------------------|--|
| Kop: | ‘Rijnboog kan ons niet snel genoeg verder gaan’ |
| 1. Item: | Lang artikel (76 regels + inzetje) |
| 2. Plaats: | Pagina B3 Arnhem en omstreken, onderin |
| 3. Journalistieke bron: | ja |
| 4. Meldbronnen: | nee |
| 5. Veldbronnen: | 3 |
| 6. Één bron: | nee |
| 7. Bron categorie | 1 autoriteitsbron, 2 publieksbronnen (categorie c) |

Bijlage 4. Voorbeeld weekoverzicht in het logboek

BD-editie Oss, week 44 (1 t/m 6 november) 2010

In de loop van de maand worden in de gemeente Oss in verband met de aanstaande samenvoeging met de gemeente Lith tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen gehouden. Er gaat vrijwel geen dag voorbij of de krant besteedt er aandacht aan: een serie grote interviews met de lijsttrekkers (deze week van D66 en Trots op Nederland), een serie analyses van verkiezingsthema's (deze week: hoe krijgt Oss de kwakkelende bedrijvigheid op gang), een serie over Lith toen en straks (deze week: twee toehoorders die vaak als enigen op de publieke tribune van de raad van Lith zaten), verslagen van verkiezingsbijeenkomsten (deze week o.m. een forum over de landbouw, opening van de woensdagkrant) en een raadsvergadering die ook al geheel in het teken van de aanstaande verkiezingen stond. Voeg daarbij een groot interview met een nieuwe wethouder in Maasdonk en de commotie in het gemeentebestuur van Landerd naar aanleiding van een anonieme klokkenluidersbrief, en de plaatselijke nieuwsvoorziening lijkt in aanzienlijke mate te draaien om het gemeentehuis.

Niet alles is lokale politiek. Een jonge talentvolle amateurvoetballer is zo zwaar geblesseerd dat hij voor zijn verdere sportieve loopbaan moet vrezin: prominent met interview en foto gebracht op de voorpagina van de dinsdageditie. Met de komst van een gezondheidscentrum in Berghem wil het maar niet vlotten, klagen huis- en tandartsen in een brief, prominent gebracht op donderdag. Twee jaar eerder trokken ze in het Brabants Dagblad ook al aan de bel, maar dat heeft niet geholpen. De regisseur van de vermaarde Osse theaterproducties stopt (eigen nieuws in de vrijdagkrant, ontleend aan een groot interview. De redactie wil met deze primeur in de krant scoren en zet het daarom niet eerst op de website). Met de Stadspas moet je in Oss ook op parkeerterreinen kunnen betalen (opening zaterdageditie). Oss krijgt een nieuwe centrummanager, goed voor een groot interview in de krant van dinsdag. 'Een echte manager, er kwam geen zak uit', zei de schrijver van het artikel de volgende ochtend. Maar er was op de pagina nu eenmaal een flinke ruimte voor gereserveerd. Een basisschool gaat na een verbouwing van een jaar weer open. Op last van de politie beëindigt de vakbond een actie bij een meubelfabrikant. En de krant doet uitgebreid verslag van de

presentatie op het politiebureau in Oss van vijftien wijkagenten. Nooit eerder waren het er zoveel.

Wat opvalt bij deze grotere onderwerpen is dat de redactie vooral eigen initiatief investeert in series (zowel interviews als analyses) en in lopende gebeurtenissen vooral nieuwsvolgend is. Veel verslagen van vergaderingen, bijeenkomsten en *media events*. Met een vrij krappe bezetting lukt het niet om in alles voorop te lopen.

Klein nieuws is ook nieuws. De winnaar van het Junior Eurovisie Songfestival zong een liedje voor de Hema in Oss en was razendsnel weer weg: een foto en stukje voor alle meisjes die te laat kwamen voor hun idool. Er valt voortaan eenmaal per kwartaal een nieuwe glossy in alle Osse brievenbussen. Klein leed: een docent uit Oss is niet doorgedrongen tot de finale van de verkiezing HorecaHeld 2011. Grote en kleine onderwerpen samen laten deze week zien dat het lokale bedrijfsleven in de berichtgeving vanuit het maatschappelijk middenveld relatief sterk vertegenwoordigd is.

Wat houdt de lezers bezig? De krant telt deze week zes brieven van lezers. Kritiek voert de boventoon: op een (te) grappige oud-wethouder van Landerd, het verkeerde taalgebruik in een politiebericht, de kosten van verkeersmaatregelen in Lith en de plaats van bushaltes bij scholen. Een lezeres klaagt over langparkeerders voor haar deur, een lezer over de platte teksten waarmee de organisatie van de Osse kerstmanifestatie Winterland zich presenteert. Dat een van die teksten in het verslag in de maandagkrant nog met een extra kopje werd geaccentueerd, leidde ook op de redactie tot kritische opmerkingen.

Bijlage 5. Topiclijst interviews redacteurs

1. Naam, leeftijd, opleiding, huidige functie (taakverdeling, specialisme)
2. Hoe lang werkzaam op deze editieredactie
3. Vorige functies en standplaatsen
4. Nevenfuncties (bijv. lid redactie., redactieraad, OR)
5. Hoe karakteriseer je de lezers van deze editie/krant
6. Hoe verlopen je contacten met lezers (rechtstreeks, per brief, telefoon, e-mail, reacties op website en blogs, sociale media)
7. Gebruik je sociale media, welke, waarvoor
8. Word je geacht te multitasken en multimediaal te produceren
9. Zijn er lokale/regionale nieuwsmedia die je als concurrent beschouwt, welke, en (hoe) houd je er rekening mee in je werk
10. Wat vind je de belangrijkste veranderingen van de laatste 10, 15 jaar in
 - De contacten met bronnen
 - De rol van voorlichting en PR
 - De relatie met lezers
 - De relaties binnen eigen bedrijf en concern
 - Het karakter van de krant
 - Aard en gewicht van professionele standaarden

De interviews zijn gehouden met de drie redactiechefs in Tilburg, Oss en Arnhem en vijftien redacteurs (zes in Tilburg, vier in Oss, vijf in Arnhem).

De teksten zijn geschreven in het logboek, tezamen met de overige aantekeningen die per dag zijn gemaakt. In totaal beslaat het logboek 109 pagina's tekst (A5-formaat in ringband).

Bijlage 6. Een vergaderdag op de redactie Arnhem

Als ik in mei 2012 begin met observaties op De Gelderlander-redactie Arnhem, blijkt de donderdag de meest geschikte dag om zicht te krijgen op het verloop van de eerste fase van het journalistieke proces: de selectie en planning van nieuwsonderwerpen. Naast het dagelijkse ochtendoverleg over de krant van de volgende dag is er op donderdagmiddag weekvergadering. Dan worden de grotere onderwerpen voor de komende dagen besproken, met het oog op de planning van de zaterdagkrant en de kranten van begin volgende week. Bij beide overleggen worden redacteurs geacht zoveel mogelijk aanwezig te zijn.

Als ongeveer vijftien redacteurs van Arnhem stad en de omgeving-edities rond kwart over negen voor het ochtendoverleg aan de grote tafel in de vergaderzaal zijn gaan zitten, valt op dat er geen onlineredacteur bij is, hoewel ik hem even daarvoor op de redactie gezien heb. Na afloop zie ik dat hij nog steeds bezig is met het actualiseren van de site. Omdat dit blijkbaar belangrijker wordt gevonden, wordt hij niet betrokken bij het overleg over de crossmediale productie van vandaag.

Het ochtendoverleg begint onder leiding van de eindredacteur/coördinator stad met het doornemen van de krant. De algemene voorpagina opent met de kop ‘Waal wordt onbetrouwbaar’. Redacteur A03 zegt niet uit de tekst te hebben begrepen waardoor de Waal onbetrouwbaar wordt. In de vergadering reageert niemand.

Het verhaal over de controversiële dodenherdenking in het Gelderse Vorden, waar ook Duitse soldaten werden herdacht, had De Gelderlander eerder moeten hebben, merkt redacteur A06 op. Nu was de NRC ons vóór.

Naar aanleiding van een bericht over de aangehouden man uit Rheden die wordt verdacht van het verkrachten van vrouwen in Arnhem en De Steeg, zegt A01 dat ‘je wel een profiel van de verkrachter zou willen maken’. De politieverslaggever, de eerst aangewezen voor zo’n taak, is niet aanwezig, dus blijft het stil.

(De dagen erop zal het er ook niet van komen.)

Bij het doornemen van de editiepagina’s ontstaat discussie over het bericht dat het B1-elftal van voetbalclub Eldenia – jongens van 14, 15 jaar – door de KNVB uit de competitie is genomen als gevolg van een vechtpartij tijdens een voetbalwedstrijd in Beuningen. De voetbalbond heeft Eldenia als schuldige aangewezen. Daar moeten we meer aan doen, zegt A01, die zelf bij deze club in Arnhem-zuid heeft gevoetbald. Een stagiair krijgt het onderwerp toegewezen. Een redacteur weet te

melden dat een Eldenia-supporter die betrokken was bij de vechtpartij, een broer is van Vitessespeler Theo Jansen.

De redactiechef heeft kritiek op het interviewformat dat vandaag op een van de stadspagina's is gebruikt maar dat volgens hem alleen in de zaterdagkrant zou worden gebruikt om een verhaal eruit te laten springen. Dit blijkt een eerder besproken controversiële kwestie, want veel redacteuren geven als hun mening dat het wél moet kunnen. De redactiechef constateert dat hij hen niet kan overtuigen.

Na het doornemen van de krant over naar de krant van morgen.

A01 kreeg een mailtje van bekende Arnhemmer en oud-D66-fractievoorzitter Roelofs over een manifest van 15 'bobo's uit de museumwereld' tegen het gemeentelijk plan voor het clusteren van museum-, theater- en filmactiviteiten in één nieuw gebouw. Eerder voerde Roelofs met succes actie tegen de aanleg van een haven in de stad, het zogenoemde Rijnboogplan. Als de krant het manifest exclusief heeft, zou het de opening van de zaterdagkrant kunnen zijn, meent de coördinator. Voor morgen is er al een openingsonderwerp, voor zaterdag nog niet. Voor de krant van morgen schrijven A04 en A05 een voorverhaal voor het aanstaande stadsdebat, georganiseerd door De Gelderlander.

Een redacteur uit Doetinchem – die volgens de coördinator 'gek is op alles wat wielen heeft' – is in Zwitserland voor de overdracht van de nieuwe treinstellen van Arriva aan de provincie Gelderland. De treinen gaan rijden in Oost-Gelderland en Rivierenland. Verhaal moet ook in Arnhem mee.

A06 zag dat op internet veel reacties zijn gekomen op het bericht dat bij stadsevenementen een statiegeldsysteem verplicht zou moeten worden. A01: 'Daar kunnen we iets aan doen.'

A01 kreeg een tip dat de reiswinkel in de binnenstad gaat verhuizen naar een goedkopere locatie. Reden zou de concurrentie op internet zijn. Dit past in een bredere trend.

De eerder aangekondigde Zombiewalk – als zombies verklede en gemaskerde dierenliefhebbers die geld inzamelen voor een goede doel – mag van burgemeester Krikke niet door de binnenstad, zoals de krant vandaag meldt. Naar aanleiding hiervan merken enkele redacteuren op dat Krikke eindelijk eens in de krant haar beleid inzake openbare orde en veiligheid moet uitleggen. De redactie heeft er al een paar keer vergeefs om gevraagd. Er zijn winkeliers die het recht in eigen hand nemen. A06: 'Laten we haar ook dat eens voorleggen.' Omroep Gelderland liet mensen aan het woord na een overval in winkelcentrum Kronenburg. A06: 'We horen Krikke niet.' A01 wil haar voorleggen: 'Waar bent u mee bezig? We moeten haar een laatste kans geven.'

A03 maakt een verhaal over succesvolle fietstochten die een kunstenaar in de bossen bij Arnhem organiseert. De tocht voert langs de vliegtuighangar van Junker op Deelen, die stamt uit de Tweede Wereldoorlog. A03 suggereert dat de Junkerhalle die zich leent voor een *highlight* (een blikvangende foto met korte tekst op de eerste Arnhemse pagina). *(In de loop van de dag wordt dit highlite-onderwerp doorgeschoven naar de zaterdagkrant, om plaats te maken voor een actuele highlite van zoenende zombies.)*

Na een rondje wat de andere redacteurs voor vandaag op het programma hebben staan, sluit het ochtendberaad.

Na afloop van het plenaire ochtendoverleg vergaderen de redacteurs van de subedities Renkum en Veluwezoom-Oost kort verder over de invulling van hun streekpagina's voor de krant van morgen en volgende dagen.

Een half uur na het ochtendoverleg roept A03 over de redactie dat het manifest tegen het Kunstencluster integraal op de site van Arnhem Dichtbij staat. De redactiechef reageert: 'Dan moet het morgen mee.' In plaats van een groot artikel in de zaterdagkrant wordt het manifest na de 'primeur' van Arnhem Dichtbij in de vrijdagkrant een eenkoloms bericht op de eerste Arnhemse pagina en een tweekoloms interview met initiatiefnemer Roelofs op de tweede Arnhemse pagina.

Weekoverleg

Om 12.30 uur begint de weekvergadering, in het teken van vooruitkijken naar het weekeinde en de volgende week.

Komende dinsdag is het Gelderlander-stadsdebat onder leiding van de redactiechef. In de aanloop naar het debat publiceert de krant nog enkele artikelen.

De voorzitter neemt de weekendonderwerpen door. Zaterdag een groot artikel over de statiegeldkwestie, waarin de reacties op de site van vandaag worden meegenomen.

Naar aanleiding van de voorgenomen afschaffing van het statiegeld op petflessen wil A15 de Arnhemse uitvinder van de petfles, tevens hoofdsponsor van Vitesse, interviewen.

Politiek redacteur A07 heeft twee producties op stapel staan: zijn jaarlijkse beoordeling van gemeenteraadsleden, gevolgd door zijn beoordeling van de wethouders. Daarnaast vindt hij een kritisch portret gewenst van burgemeester Krikke, mede in verband met een eventuele nieuwe termijn als burgemeester, die binnenkort actueel kan worden.

(Burgemeester Krikke zou in het najaar van 2012 bekendmaken dat zij een derde termijn in Arnhem niet ambieerde en medio 2013 zou vertrekken.)

A07 signaleert verder ‘opgebroken crisisstraten’ rond het stadscentrum. Volgens de gemeente valt het wel mee, A07 vermoedt het tegendeel. Hij gaat de brandweer vragen een dag mee te mogen rijden om zelf te zien of hulpdiensten in crisissituaties gehinderd worden door de talrijke opgebroken straten.

Volgens A01 zit er een verhaal in de Arnhemse ontwerpers van de zogenoemde Bavariajurkjes. Stagiaire A23 krijgt het onderwerp door de redactiechef toebedeeld.

Bijlage 7. Inventarisatie soorten nieuwsbronnen

Drie weken op BD-redactie Tilburg leverden deze soorten nieuwsbronnen op:

- Persberichten en persbijeenkomsten, nieuwsbrieven
- Raads- en commissievergaderingen, bewonersoverleg, actievoerders (media events)
- Wekelijks persgesprek na collegevergadering (aan de hand van besluitenlijst waaruit verslaggevers een keuze maken)
- Geïnterviewde personen
- Contacten in het eigen netwerk
- Contacten in het netwerk van collega-verslaggevers die een tip of e-mail doorgeven aan de portefeuillehouder
- Participatie in bestaande stedelijke netwerken (Tilburg debatstad, Kermis FM)
- Eigen agenda
- Eigen onderzoek
- Informele contacten met voorlichters, politici, ondernemers, middenvelders
- Kuieren door de stad (de scharreljournalist)
- Andere websites, naburige Wegenerdagbladen, landelijke media, Omroep Brabant
- Reacties op BD-website
- Tips van medewerkers en correspondenten
- E-mails, telefoontjes e.a. tips van lezers
- Stad- en streekgenoten aan wie door een ander nieuwsmedium aandacht wordt besteed en graag ook in het BD willen
- Twitter en andere sociale media.

Bijlage 8. De gang van persberichten

De Gelderlander-redactie Arnhem, mei 2012

Het gebruik van persberichten door de redactie is nagegaan langs twee sporen. Het ene spoor begint bij het aanbod van persberichten die op de redactie binnenkomen, en laat de opeenvolgende beslissingen zien wat ermee gebeurt. Het tweede spoor neemt de belangrijkste nieuwsonderwerpen in de krant van de dag als vertrekpunt en reconstrueert welke nieuwsoverwegingen een rol hebben gespeeld en welke bronnen ervoor zijn gebruikt.

Voor het eerste spoor zijn gedurende een week en vervolgens gedurende een etmaal in mei 2012 alle persberichten verzameld die per e-mail zijn binnengekomen op het redactieadres van Arnhem, en op drie peildata alle persberichten die zijn binnengekomen op het redactieadres van de Veluwezoom-edities. Het inventariseren van e-mail volstaat, aangezien vrijwel alle persberichten per e-mail worden verzonden. Bij deze berichten hebben de coördinatoren van de edities Arnhem stad en Renkum-Veluwezoom Oost, die als eerste gatekeepers fungeren, genoteerd welke berichten zij hebben verwijderd en welke zij hebben doorgestuurd naar hun editieredacties en naar andere deelredacties van De Gelderlander.

Aan de redacteuren van de edities Arnhem en Renkum-Veluwezoom Oost is gevraagd op drie peildata in mei alle persberichten die op deze data in hun persoonlijke redactieadres zijn binnengekomen, te printen en hierop aan te geven wat zij met deze berichten hebben gedaan. Op hun persoonlijke redactieadressen komen niet alleen de persberichten binnen die door hun coördinator bij de eerste schifting naar hen zijn doorgestuurd, maar ook de persberichten die zij vanuit hun eigen netwerk en interessegebieden gevraagd en ongevraagd rechtstreeks krijgen toegezonden.

Aan twee categorieën persberichten besteed ik bijzondere aandacht: gemeentelijke persberichten en politieberichten. Ik inventariseer de persberichten die de afdeling voorlichting van de gemeente Arnhem in de maand mei heeft geproduceerd en verspreid, en vergelijk die met wat de redactie over de onderwerpen uit de persberichten heeft bericht.

De politieberichten van het regiokorps Gelderland-Midden vormen eveneens een aparte categorie. Ze worden dagelijks op de openbare site van het regiokorps

gepubliceerd en beslaan een groot deel van de provincie Gelderland. De redactie maakt er voor het groot-Arnhemse verspreidingsgebied een eigen selectie uit, zowel ten behoeve van de website als van de papieren krant.

Tijdens het ochtendoverleg van de redacties Arnhem, Renkum en Veluwezoom-Oost, waarin de onderwerpen voor de krant van de volgende dag worden geïnventariseerd, noteer ik welke onderwerpen aanleiding gaven tot discussie en of deze onderwerpen verband houden met persberichten.

Het selectieproces van persberichten

In de periode 8 t/m 14 mei en op 22 mei kwamen op het emailadres redactie.arnhem van De Gelderlander 169 persberichten binnen. Hiervan gooide de coördinator stad, die de eerste selectie doet, er 87 weg; 82 stuurde hij door naar redacteuren of deelredacties.

Persberichten die geen relatie hebben tot Arnhem of andere Gelderlandersectoren, worden weggegooid, evenals persberichten die als commerciële spam worden verzonden, zoals ‘antiklindertomaten van Coop’. Ruwweg de helft van de berichten gaat direct de digitale prullenbak in. De andere helft bestaat uit berichten voor Arnhem stad (42 van de 82 doorgestuurde berichten, 51 %), de aanpalende edities Renkum en Veluwezoom-Oost (17 berichten, 21 %) en berichten bestemd voor andere edities en redacties (22, dit is 28 % van de doorgestuurde berichten).

Screening van de berichten in de kranteneditie Arnhem stad van 10 t/m 31 mei leert dat van de 42 persberichten die werden doorgestuurd naar (redacteuren van) Arnhem stad, er 12 leidden tot een bericht of een langer artikel. Ruim een kwart van de specifiek op Arnhem stad gerichte persberichten haalt in enigerlei vorm de krant. Gerelateerd aan het totaal aantal persberichten in het postvak redactie.arnhem is het rendement 7 %.

Niet alle persberichten bestemd voor de editie Arnhem stad komen binnen via redactie.arnhem. Een deel wordt rechtstreeks verzonden naar de redactionele emailadressen van individuele redacteuren. Alle redacteuren hebben naast hun algemene verslaggeverstaak een eigen portefeuille – dat kan een deel van het editiegebied zijn of een inhoudelijke sector – met een bijbehorend netwerk van contactpersonen en organisaties; dit genereert veel rechtstreeks emailverkeer.

Een inventarisatie van persberichten in hun persoonlijke postvakken op drie peildata leverde 65 persberichten op (exclusief politieberichten; die bespreken we in een aparte paragraaf). Op 37 ervan gaven redacteuren aan die te hebben gebruikt of te zullen gebruiken. 22 persberichten gebruikten zij niet; van 6 persberichten is niet duidelijk wat ermee is gebeurd.

De aantekeningen van redacteuren op de prints laten zien hoe persberichten op verschillende manieren worden gebruikt. De eenvoudigste gebruiksvorm is plaatsing in de agenda. Het kan de agenda in de krant zijn wanneer het de aankondiging van een gebeurtenis betreft, of de interne agenda van de stadsredactie wanneer een persbericht gaat over een activiteit waarover pas over enige tijd nieuws te melden is.

Van de 37 persberichten die door redacteuren gebruikt zijn, zijn er 9 alleen ten behoeve van de agenda van de krant gebruikt. Resteert een categorie ‘gebruikt voor berichten en artikelen’ met 28 persberichten. Ondanks het relatief kleine aantal laat het gebruik een aanzienlijke variatie zien:

- Gebruik voor korte berichten met een servicekarakter. Voorbeelden: aankondigingen, wegafsluiting, uitslag van een voorleeswedstrijd.
- Gebruik voor kortere artikelen met een zakelijk karakter. Voorbeelden: gemeente stelt voorwaarden aan omgevingsvergunning, uitbreidingsplannen in een nieuwbouwwijk, aanleg fietspaden.
- Gebruik als aanleiding voor een eigen groter artikel over het onderwerp, vaak in de interviewvorm.
- Gebruik als nieuwsartikel zonder substantiële wijzigingen of toevoegingen door de redactie.
- Genoteerd als reserveonderwerp voor nieuwsluwe dagen en weekends.

Op persberichten van de gemeentelijke afdeling voorlichting gaven redacteuren aan op welke datum hun artikel over hetzelfde onderwerp in de krant stond. In een enkel geval was de overeenkomst zo duidelijk dat ze gebruikt moeten zijn, maar voor de meeste persberichten staat dit niet vast.

Schriftelijke vragen van gemeenteraadsleden krijgen vrijwel altijd aandacht. Soms blijft de berichtgeving beperkt tot een verkorte weergave van de vraag en de motivering; een voorbeeld is de suggestie van het CDA Arnhem het nieuwe kennishuis te noemen naar voormalig minister Marga Klompé. Soms voegt de redacteur er ingewonnen gegevens en reacties aan toe, zoals bij vragen van een raadslid naar aanleiding van berichtgeving van RTL Nieuws over geweld tegen hulpverleners in het Arnhemse ziekenhuis Rijnstate. Nabellen naar aanleiding van een persbericht is de standaardprocedure, al blijkt uit de berichtgeving niet altijd of dit ook is gebeurd.

In één geval werd de reactie op raadsvragen – over dreigende ontslagen bij de sociale werkplaats – een belangrijker nieuwsfeit dan de vragen zelf: de ontslagen waren volgens de directie onontkoombaar. In een ander geval leidde raadsvragen

tot een groot interview met de betrokken raadsleden, over hun suggestie een retoursysteem voor drinkbekers in te stellen; de aanleiding was de berg aan plastic bekertjes die in de binnenstad achterbleef na de festiviteiten op Koninginnedag.

Politieberichten

Politieberichten die betrekking hebben op Arnhem en omgeving, worden dagelijks door de onlineredacteur en de politieverslaggever geselecteerd uit de persberichten die het regiokorps Gelderland Midden op de eigen openbare website zet. De onlineredactie gebruikt de berichten vooral om het Arnhemse deel van de Gelderlandsite gedurende de dag te actualiseren. In de krant wordt het reguliere politienieuws meestal gebruikt om er lege plekken op de pagina mee te vullen. Er zijn dagen waarop de Arnhemse pagina's geen enkel politiebericht bevatten.

Eigen nieuwsgaring als aanvulling op wat de politie meldt, gebeurt bij het gros van de kleinere berichten niet. Dit gebeurt wel bij grotere zaken, zoals die zich in Arnhem en Velp tijdens de onderzoeksperiode enkele keren voordeden. Een probleem hierbij is dat de politie meestal niet meer informatie mag geven dan in het persbericht staat. Het checken van feiten en geruchten wordt zo praktisch onmogelijk, zeker wanneer de redactie het nieuws snel online wil zetten. In grote zaken gaan verslaggevers te rade bij buurtbewoners of bij hun netwerk, maar een garantie op eigen betrouwbare nieuwsgaring is het niet. Wat de politie-verslaggeving evenmin helpt, is dat justitie en de gemeente in grote zaken de woordvoering van de politie overnemen. Die zijn zo mogelijk nog minder mededeelzaam, in het belang van het onderzoek.

Persberichten gemeente Arnhem

Persberichten van gemeentelijke voorlichters vormen een aparte categorie. De mate waarin de berichtgeving in de krant overeenkomt dan wel verschilt van die van gemeentevoorlichters kan verhelderend zijn voor de mate van (on)afhankelijke berichtgeving over lokaal bestuur en machtsverhoudingen.

Aangezien de peildata slechts enkele gemeentelijke persberichten opleverden, zijn alle gemeentelijke persberichten die konden worden gevonden uit de periode 1 t/m 22 mei, vergeleken met de berichtgeving in de krant. Het betreft 17 persberichten, waarvan twee over hetzelfde onderwerp. Vermoedelijk zijn dit niet alle persberichten uit deze periode. Enkele berichten in de krant zijn gebaseerd op een besluit of voorstel van B. en W., maar overeenkomstige persberichten werden niet op de site van de gemeente Arnhem geplaatst.

De afdeling voorlichting produceert berichten voor de plaatselijke media, de eigen website en de gemeentepagina in het huis-aan-huisweekblad Arnhemse Koerier.

Ook op de site van Arnhem Dichtbij worden ze integraal en zonder filter van een redactie geplaatst. De voorlichters hanteren een journalistieke schrijfstijl, en larderen de zakelijke tekst over besluiten en voorstellen van B. en W. met toelichtende citaten van de betrokken wethouder(s).

In de beantwoording van vragen op de wekelijkse persbijeenkomst kiezen zij formuleringen en voorbeelden die ook in het persbericht zijn gebruikt. Redacteur A06:

‘Toen ik van een persbijeenkomst terug kwam op de redactie, vond ik in mijn mail al een persbericht van voorlichting waarin de letterlijke antwoorden van de wethouder op mijn vragen stonden. Hij leek ze te hebben ingestudeerd. Ik dacht: wat doe ik daar dan nog?’

Persberichten over voorstellen en besluiten van B. en W. liggen voor de plaatselijke pers klaar na afloop van de wekelijkse vergadering van het college. Vaak zijn ze al vóór de vergadering geproduceerd en verzonden. Een enkele keer vraagt een voorlichter een persbericht dat al is verzonden, niet te publiceren, omdat B. en W. een besluit of voorstel hebben aangehouden.

Het gebeurde met een bericht over het verminderen van de milieucontrole door de gemeente bij bedrijven, met citaten waarin de betrokken wethouder het besluit toelichtte. De politiek redacteur beschikte al over de informatie en produceerde naar eigen zeggen alvast een stukje voor de website. Maar B. en W. stelden een besluit hierover uit, en de voorlichting vroeg het bericht niet mee te nemen. Het staat al op de site, liet de redacteur weten. De volgende ochtend verscheen het als besluit ook in de krant.

Van de 17 persberichten die konden worden achterhaald, hebben er 9 betrekking op besluiten en raadsvoorstellen van B. en W.; drie op wat een wethouder heeft gedaan of gaat doen. De overige vijf betreffen aankondigingen, mededelingen en in één geval een landelijk onderzoek waaruit de resultaten voor Arnhem zijn belicht.

De krant besteedde aandacht aan 15 van de 17 onderwerpen uit de gemeentelijke persberichten. In ten minste twee gevallen werd het krantenbericht eerder geproduceerd dan het persbericht verscheen. In de overige gevallen berichtte de krant een of meer dagen na de datum op het persbericht. Daarmee is nog niet gezegd dat het persbericht daadwerkelijk is gebruikt voor het krantenartikel.

Volgens een redacteur zijn de ambtelijke stukken die de basis vormen voor voorstellen en besluiten, vaak al eerder op de site van de gemeente te vinden, en zijn verslaggevers die deze onderwerpen al langer volgen, niet afhankelijk van een

persbericht. Dat de persberichten meestal voorafgaan aan de publicaties in de krant, kan erop wijzen dat ze een agenderende functie voor de krant hebben. Het kan ook betekenen dat de redactie besluiten en voorstellen van B. en W. nieuwswaardig vindt, persbericht of niet.

In welke mate komt de tekst van de krantenberichten overeen met de tekst van de persberichten over hetzelfde onderwerp?

Drie artikelen komen sterk overeen. In één geval betreft het een zakelijk bericht over de plaats waar in het Sonsbeekpark vioolconcerten zullen worden gehouden. In het tweede geval betreft het een besluit van B. en W. over koopzondagen, waarin de citaten van een wethouder die in het persbericht waren opgenomen, in de krant in indirecte vorm zijn weergegeven, en de tekst voor het overige parallel loopt aan die van het persbericht. Redacteur A07:

‘Het was een voorstel van B. en W. dat telkens was uitgesteld en waarvan opeens een persbericht over de heg werd gegooid.’

Het derde geval betreft het besluit van B. en W. een studentenkaart in te voeren. In het gemeentelijke persbericht staan citaten van de twee betrokken wethouders. In het krantenartikel is één citaat weggelaten en het andere woordelijk overgenomen. De overige twaalf artikelen in de krant wijken in opbouw en inhoud duidelijk af van de persberichten. De feiten zijn anders gerangschikt, en de meeste bevatten informatie en citaten die ontbreken in het persbericht. In enkele artikelen heeft de redactie gekozen voor het perspectief van de burger, zoals de wijkbewoonster die gebruik gaat maken van de nieuwe interactieve zonatlas, de reactie van woonbootbewoners op een gemeentelijk besluit over ligplaatsen, en specifieke informatie welke stadswijken met welke versoepelde bouwregels te maken krijgen. Het duidelijkste voorbeeld van een andere invalshoek in de krant is de berichtgeving over de ‘Staat van Arnhem 2012’, het jaarlijkse overzicht van de ontwikkeling van stad en wijken. Het persbericht dat op 11 mei 2012 verscheen, begint met de constatering dat steeds meer Arnhemmers vinden dat hun wijk erop vooruit gaat. Zij verwachten ook dat het nog beter zal gaan.

Redacteur A07 vond het persbericht een juichverhaal en wilde eerst het rapport zelf grondig lezen. Daar ging door de drukte enige tijd overheen. Een week na het persbericht opende de eerste Arnhemse pagina met de kop ‘Groei aantal armen in Arnhem zet door’. Volgens het stadsbestuur is de woon- en leefomgeving en de werkgelegenheid in de achterstandswijken dankzij miljoeneninvesteringen sterk verbeterd, maar de werkloosheid en armoede in deze wijken is nog steeds erg hoog. Dit stond ook in het gemeentelijk persbericht, in de voorlaatste alinea.

De redacteur zocht er de armoedegegevens uit het rapport bij en vergeleek die met cijfers uit andere grote steden, met als resultaat een verhaal met een andere invalshoek dan het persbericht. In dit geval vond de redacteur de snelheid van publiceren minder belangrijk dan de tijd om het rapport goed door te nemen.

Persberichten sub-edities Renkum en Veluwezoom-Oost

Op drie peildagen in mei werden op het e-mailadres *redactie.veluwezoom* ten behoeve van de edities Renkum en Veluwezoom-Oost 39 persberichten verzameld. Daarvan werden er 23 doorgestuurd naar de editieredacteurs en/of de agenda-redactie. 16 persberichten werden verwijderd, voornamelijk omdat ze geen relatie hadden tot het gebied of omdat het bericht al eerder was ontvangen.

Van de 23 doorgestuurde berichten resulteerden er 11 in een bericht of artikel. Een bericht uit Heelsum dat vanuit het emailadres *redactie arnhem* naar een van de Veluwezoomredacteurs werd doorgestuurd, leidde eveneens tot een artikel.

Verder kwamen op de peildagen op de redactionele emailadressen van een redacteur van de editie Renkum en een redacteur van de editie Veluwezoom-Oost 25 persberichten binnen. Voor een deel waren het berichten die binnen kwamen via *redactie.veluwezoom* en dezelfde dag werden doorgestuurd. Van deze 25 persberichten werden er 21 gebruikt. Evenals bij de stadsredactie het geval is, laten de aantekeningen van de redacteurs op de prints van de persberichten een gevarieerd gebruik zien: van ‘opening krant’, ‘kortje in krant’ en ‘in agenda’ tot ‘wordt leesverhaal’, ‘interview uitgezet’, ‘gaan we nog iets mee doen’ en ‘we kijken of er nog nieuws in zit’.

Vergeleken met de stadseditie benutten de edities ten oosten en ten westen van Arnhem een groter deel van de persberichten. Dit is ook aan de streekpagina's te zien: er staan relatief veel korte berichten en kleinere artikelen op. De nieuwsdrempel ligt duidelijk lager wanneer dagelijks twee pagina's uit de gemeente Renkum en twee uit de gemeente Rheden moeten worden gevuld met een kleine, soms onderbezette redactie waar het nieuws niet elke dag over de plinten klotst. Bovendien produceren de redacties Renkum en Veluwezoom-Oost ook artikelen uit hun gebied van bovenlokale betekenis, bestemd voor de groot-Arnhemse pagina's.

Werkwijze: terugblik

Wat de gevolgde werkwijze betreft: de aantekeningen die verslaggevers maakten op de prints van persberichten, bevatten nuttige aanwijzingen over de afwegingen die zij maken. Tegelijkertijd is het mij in dit deelonderzoek niet gelukt een

duidelijke structuur in de routes van emailbericht naar krantenbericht te ontdekken. Is er wel een structuur? Meer dan eens bevestigden redacteurs mijn vermoeden dat de vraag of er iets met een willekeurig persbericht gebeurt, sterk afhangt van de tijd en de aandacht van de redacteur bij wie het bericht terecht komt, en van de eventuele gaten op de pagina's die gevuld moeten worden. Redacteur A08:

‘Er wordt zoveel doorgestuurd en rondgepompt. Van redactie.arnhem naar cultuur of Veluwezoom, en vervolgens naar persoonlijke mailboxen. Het kost veel tijd, telkens opnieuw berichten openen. Dat maakt het ook moeilijk te zien of er uiteindelijk iets mee gebeurt.’

Bruikbaarere informatie leverde het tweede spoor via de selectie van belangrijkste onderwerpen van de dag. Aan de reconstructie van de totstandkoming ervan werkten verslaggevers enthousiast mee, ook als dit in sommige gevallen leidde tot de erkenning dat er journalistiek meer in het onderwerp had gezeten. Tijdgebrek en een krappe redactionele bezetting spelen hierin volgens hen een rol.

Bijlage 9. Herkomst van prominent gebrachte artikelen

De Gelderlander redactie Arnhem, mei 2012

De tweede lijn waarlangs het gebruik van persberichten in de editie Arnhem van De Gelderlander is nagegaan, is het achterhalen van de herkomst en de gebruikte bronnen van de prominente nieuwsartikelen van de dag. Per artikel is het genre (nieuwsartikel, reportage, interview, achtergrond), de plaats in de krant (opening eerste of volgende stadspagina, samengestelde productie, etc.), de initiatiefnemer van het onderwerp (verslaggever, bron, nieuwsgebeurtenis) en het gebruik van een persbericht of een nieuwsmedium genoteerd. De 77 geselecteerde artikelen uit de periode van 8 tot en met 26 mei 2012 bestaan uit 43 nieuwsartikelen, 22 interviews, 7 reportages, 2 achtergrondartikelen en 2 combinaties van een nieuwsartikel met een interview, achtergrond of reportage (zie tabel A).

Tabel A. Herkomst prominente artikelen De Gelderlander Arnhem

WEKEN	Totaal	Initiatief			NwsGeb	Persbericht		
		Versl.	Bron	V/B		Ja	Nee	Anders
19-20-21 2012								
Nieuwsartikel	43	8	21	5	9	21	19	3
Interview	22	13	6	3		5	17	
Nieuws/combi	2			2			2	
Achtergrond	2	1		1			2	
Reportage	7	3	1		3	3	4	
Totaal	76	25	28	11	12	29	44	3

Nieuws/combi: Combinatie van nieuwsartikel en interview, achtergrond of reportage.

V/B: Initiatief komt voort uit coöperatie van verslaggever en bron.

NwsGeb: Aanleiding voor productie is een nieuwsgebeurtenis.

Anders: Twitter, website, ander medium.

Analyse van de berichtgeving en navraag bij de betrokken redacteurs hebben het volgende resultaat. Van de 77 artikelen zijn er 25 een initiatief van de redacteur. Voor 28 nieuwsonderwerpen neemt een bron het initiatief, via een persbericht, een persgesprek, vragen van een raadslid of een tip naar de redactie. Een bron wil

aandacht voor een onderwerp, heeft belang bij gunstige publiciteit en de redacteur is tevreden.

12 artikelen zijn verslagen van nieuwsgebeurtenissen: een vergadering, evenement of calamiteit. Voor 11 artikelen is geen duidelijke initiatiefnemer aan te wijzen: ze zijn de uitkomst van een onderlinge afspraak tussen redacteur en bron. Redacteur A06 geeft een voorbeeld:

‘Ik belde de directeur van het toerismebureau Arnhem-Nijmegen voor de geplande serie in de aanloop naar het Stadsdebat dat de krant organiseert. Hij vertelde me dat een verslaggever van de Nijmeegse stadsredactie in een gesprek met hem en de Nijmeegse wethouder Jeene de juist verschenen toeristische monitor naar Nijmegen had vertaald. Even later belde de directeur terug met de suggestie dat we dat ook voor Arnhem konden doen. Vond ik een goed idee. Soms hangt de totstandkoming van zo’n onderwerp van toeval aan elkaar.’

Nieuwsartikelen blijken relatief vaak te worden aangekaart door een bron. Het geldt voor de helft van het aantal nieuwsartikelen. In ongeveer de helft van de nieuwsartikelen werd de redactie geïnformeerd via een persbericht. Deze twee helften vallen niet helemaal samen, omdat ook nieuwsgebeurtenissen vaak worden aangekondigd via een persbericht. Bij drie prominente nieuwsartikelen gebruikte de redactie een persbericht als enige bron.

Andere bronnen dan een persbericht kunnen de aanleiding zijn voor nieuwsartikelen. Zo gaven bij twee artikelen Twitterberichten de stoot, bij één artikel een ANP-bericht. Tips van raadsleden aan verslaggevers in de marge van een vergadering komen eveneens regelmatig voor.

Van de 77 geselecteerde artikelen zijn er 30 (39 %) geïnitieerd of begeleid door een persbericht. Maar het aantal grotere artikelen waarvoor uitsluitend een persbericht als informatiebron heeft gediend, is klein. Het gaat om 3 grotere nieuwsartikelen.

Een van die drie nieuwsartikelen werd de opening van de algemene voorpagina.⁸¹

Op de Arnhemse redactie kwam een persbericht van Halt Gelderland binnen, samen met het jaarverslag 2011. Twee redacteurs die er geen tijd voor hadden, schoven het door naar een derde. Die maakte op basis van het persbericht een eigen

⁸¹ ‘Meer jongeren bij Halt’, De Gelderlander, 15 mei 2012.

versie en voegde er gegevens uit het jaarverslag over Arnhem aan toe. De centrale redactie in Nijmegen wilde het bericht in de algemene krant meenemen, maar vond de aanvullende gegevens over Arnhem geen verheldering. De aanvulling verdween, en alleen de eigen versie van het persbericht bleef over.

Soms stelt een redacteur een vraag aan zijn bron, waarna hij als antwoord een persbericht krijgt dat ook naar andere media gaat. Redacteur A09:

‘Ik had vragen over een moordzaak uit staan bij politievoorlichter, onder meer over hoe de politie wist dat de auto van het slachtoffer in Rheden was geweest. In plaats van een antwoord aan mij maakte de politie er een persbericht van voor alle media. Daar heb ik over geklaagd. Ik heb een reconstructie-artikel gemaakt op basis van het persbericht en wat ik zelf aan informatie had.’

Interviews komen vaker tot stand op initiatief van de redacteur. De rol van persberichten is hier kleiner dan in nieuwsartikelen: 23 %.

Renkum en Veluwezoom-Oost

Terwijl veel dragende artikelen op de Arnhemse stadspagina's in de onderzoeksperiode deel uitmaken van series die de stadredactie wijdde aan zelfgekozen thema's – de toekomst van de binnenstad, perspectieven van het Kunstencluster – hebben de dragende verhalen op de streekpagina's van Renkum en Veluwezoom-Oost relatief vaak een persbericht als aanleiding.

Bijlage 10. Bronnen in de editieberichtgeving

Bronnen Brabants Dagblad editie Tilburg

Week 11-12-13 2011	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	158	136	292	1.8	53	34
Kort ≤ 30 regels	207	4	49	0.2	197	95
Nieuwsrubriek	17	17	31	1.8	2	12
Totaal	382	157	372	1	252	66

Gemidd. per art. = gemiddeld aantal bronnen per artikel/bericht

Bronnen Brabants Dagblad editie Oss

Week 44-45-46 2010	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	136	122	275	2	48	35
Kort ≤ 30 regels	143	3	31	0.2	126	88
Nieuwsrubriek	26	0	26	1	7	27
Totaal	305	125	332	1.1	181	59

Bronnen Brabants Dagblad edities Tilburg en Oss

Week 44-45-45 2010 en week 11-12-13 2011	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. Per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	294	258	567	1.9	101	34
Kort ≤ 30 regels	350	7	80	0.2	323	92
Nieuwsrubriek	43	17	57	1.3	9	21
Totaal	687	282	704	1	433	63

Bronnen De Gelderlander: gemeenschappelijke editiepagina's Arnhem

Week 19 t/m 22 2012	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. Per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	190	125	344	1.8	93	49
Kort ≤ 30 regels	194	3	44	0.2	187	96
Nieuwsrubriek	25	22	4	0.2	0	0
Totaal	409	150	392	1	280	68

Bronnen De Gelderlander: subedities Renkum en Veluwezoom-Oost

Week 19 t/m 22 2012	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. Per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	69	32	117	1.7	37	54
Kort ≤ 30 regels	86	0	17	0.2	85	100
Nieuwsrubriek	0	0	0			
Totaal	155	32	134	0.9	122	79

Bronnen De Gelderlander: editiepagina's Arnhem, Renkum en Veluwezoom-Oost

Week 19 t/m/ 22 2012	Artikelen & berichten	Journ. bron	Meld- en veldbronnen	Gemidd. Per art.	Eén bron	% één bron
Lang > 30 regels	259	157	461	1.8	130	50
Kort ≤ 30 regels	280	3	61	0.2	272	97
Nieuwsrubriek	25	22	4	0.2	0	0
Totaal	564	182	526	0.9	402	71

Literatuur

- Aalten, Th. Van (2010). *Crossmediale journalistiek*. Den Haag: Boom Lemma.
- Abbott, A. (1988). *The system of professions. An essay on the division of expert labor*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ahva, L. (2010). *Making news with citizens. Public journalism and professional reflexivity in Finnish newspapers*. Tampere: University of Tampere.
- Allern, S. (2002). Journalistic and commercial news values: news organizations as patrons of an institution and market actors. *Nordicom Review*, 23 (1/2), 137-152.
- Arlman, H. (2005). *Een journalistieke canon. Bouwstenen voor onafhankelijke journalistiek*. Amsterdam: NPS.
- Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.
- Arts, N. (2012). *In het belang van de burger. Brongebruik en onderwerpselectie in de regionale media van Overijssel en Groningen*. Zwolle: Windesheim.
- Asscher, L.F., Dommering, E.J., Eijk, N.A.N.M. van & Franken van Bloemendaal, A. (2006). *Het redactiestatuut bij dagbladen*. Apeldoorn: Het Spinhuis.
- Bakker, P. (1998). *Regionale journalistiek de pluriformiteit voorbij*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Bakker, P. (2002). *Persfusies en oplageontwikkeling in Nederland, 1983-2001*. Amsterdam/Utrecht: Paper voor het Etnaal voor de Communicatiewetenschap.
- Bakker, P. (2004). *Lokale en regionale media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik, 1981-2003*. Amsterdam: ASCoR.
- Bakker, P. (2008a). *Ruimte voor kwaliteit? Media en journalistiek op het digitale kruispunt*. Hogeschool Utrecht.
www.refdag.nl/media/2008/20080320_Lezing_Piet_Bakker.pdf
- Bakker, P. (2008b). Bloedbad in de regio. *De Nieuwe Reporter*, 24 december 2008.
www.denieuwereporter.nl/2008/12/bloedbad-in-de-regio.
- Bakker, P. (2010a). Down, down, deeper and down – 20 jaar regionale dagbladen in Nederland. *De Nieuwe Reporter*, 19 oktober 2010.
www.denieuwereporter.nl/2010/10/down-down-deeper-and-down-20-jaar-regionale-dagbladen-in-nederland.
- Bakker, P. (2010b). Mecom zuigt Wegener-kranten leeg. *De Gelderlander*, 4 december 2010.
- Bakker, P. (2011). *Not dead yet – the changing significance of newspapers worldwide*. Cardiff: Paper voor conferentie The future of journalism.
- Bakker, P. (2013-14). *Krantenstatistiek*. <http://krantenstatistiek.tumblr.com>.
- Bakker, P., Ridder, J. de & Schönbach, K. (2010). *Lichte plekken in de regio – lokale informatievoorziening in Nederland*. Amsterdam: ASCoR.

- Bakker, P. & Bosch, K. (2011). *Hyperlocal in de praktijk. Lokale media en informatievoorziening in Bunschoten en Leusden*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Bakker, P. & Kerkhoven, M. van (2013). Hyperlocal in Nederland. De nieuwe nieuwswebsites in de praktijk. In Q. Kik & L. Landman (red.), *Nieuwsvoorziening in de regio* (pp. 75-93). Diemen: AMB.
- Baran, S.J. & Davis, D.K. (2000, 2nd Ed.). *Mass communication theory. Foundations, ferment, and future*. Belmont: Wadsworth.
- Bardoel, J. (1997). *Journalistiek in de informatiesamenleving*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- Bardoel, J. (2000). *Publieke journalistiek in een private wereld*. Den Haag: Ministerie OCW.
- Bardoel, J. (2010). *Toekomst voor de journalistiek*. Oratie. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Bardoel, J. & Deuze, M. (2001). Network Journalism: converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), 91-103.
- Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13 (4), 544-559.
- Becker, H. (1967). 'Whose side are we on?' *Social Problems*, 14, 239-247.
- Becker, H., Geer, B., Hughes, E. & Strauss, A. (1961). *Boys in white*. Chicago: University of Chicago Press.
- Becker, L.B. & Vlad, T. (2009). News organizations and routines. In K. Wahl-Jorgensen & Th. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 59-72). Londen: Routledge.
- Beek, H. van (1988). *De Nieuwe Krant 1971-1987. Een rooms-rode krantenfusie*. Doctoraalscriptie Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Beek, H. van (2001). 'Katholiek, links, liberaal of gereformeerd'. *De Gelderlander*, 24 oktober 2001.
- Bekkers, H. & Hommerson, M. (1989). *Spiegel van Arnhem. 175 jaar leven en lezen in Arnhem*. Arnhem: Arnhemse Courant.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
- Berg, K. van den (2011). *Bedenk eens wat nieuws. Handboek voor journalistieke ideeontwikkeling*. Zaltbommel: Haystack.
- Berkowitz, D.A. (2009). Reporters and their sources. In K. Wahl-Jorgensen & Th. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 102-115). Londen: Routledge.
- Blokker, J. (2010). *Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Borden, S.L. (2007). *Journalism as practice. MacIntyre, virtue ethics and the press*. Burlington: Ashgate.
- Brants, K. & Vasterman, P. (2010). Journalism studies in Nederland: een inventarisatie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 3, 195-214.

- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom. A functional analysis. *Social Forces*, 33, 326-355.
- Broersma, M. (2002). *Beschaafde vooruitgang. De wereld van de Leeuwarder Courant 1752-2002*. Leeuwarden: Friese Pers Boekerij.
- Broersma, M. (2003). *Tegen de trend. Regionale journalistiek in een veranderende samenleving*. Apeldoorn: Wegener.
- Broersma, M. & Peters, C. (2013). Rethinking journalism: the structural transformation of a public good. In C. Peters & M. Broersma (eds.), *Rethinking journalism. Trust and participation in a transformed news landscape* (pp. 1-12). Londen: Routledge.
- Brouwers, B. (1994). *Alles voor het nieuws. De flexibele ethiek van de journalist*. Den Haag: Sdu Uitgeverij.
- Brouwers, B. (2013). *Na de deadline. Journalistiek voorbij de crisis*. Amsterdam: FMT.
- Bruin, J. (1989). 'Spiegel van Arnhem'. *De Journalist*, 40, 40.
- Bucher, H.-J. (2003). Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus. In H.-J. Bucher & K.-D. Altmeppen (Hrsg.), *Qualität im Journalismus. Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle* (pp. 11-34). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Buijs, K. (2011, 2^e). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Den Haag: Boom Lemma.
- Carey, J.W. (2007). A short history of journalism for journalists: A proposal and essay. *Press/Politics* 12 (1), 3-16.
- Cebuco (2013). *Oplagecijfers dagbladen Q4 2012*.
www.cebuc.nl/dagbladen/artikel/oplagecijfers_dagbladen_q4_2012.
- Charity, A. (1995). *Defining public journalism*. New York: Guilford Press.
- Chavannes, M. (2007). *iMedia: nieuwe journalistiek, nieuw burgerschap?* Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Commissariaat voor de Media (CvdM) (2012). *Mediamonitor. Mediabedrijven en mediamarkten 2011*. Hilversum: Commissariaat voor de Media.
- Costera Meijer, I. (2001). Naar een goed journaal. Conventionele, populaire en publieke repertoires in de televisiejournalistiek. In J. Bardoel et al., *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 391-410). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Costera Meijer, I. (2007). 'Burgerjournalistiek potentiële zegen voor media', *Spreekbuis*, 2007.
- Costera Meijer, I. (2009). *Waardevolle journalistiek. Kwaliteit van leven als normatief ijkpunt voor nieuwsmedia?* Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Costera Meijer, I. (2010). Waardevolle journalistiek. Op zoek naar kwaliteit vanuit het gezichtspunt van de gebruiker. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 3, 223-231.
- Cuilenburg, J. van (1998). 'Kwaliteit moeilijk meetbaar'. *De Journalist*, 6 februari 1998.
- Dalen, A. van & Deuze, M. (2005). Advocaat van de lezer of gezicht van de krant? De ombudsman en lezersredacteur bij Nederlandse dagbladen. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33 (1), 32-50.

- Dasselaar, A. & Pleijter, A. (2010). *Handboek crossmediale journalistiek en redactie*. Culemborg: Van Duuren Media.
- Davies, N. (2008). *Flat earth news*. Londen: Chatto & Windus.
- Deth, J. van & Scarbrough, E. (eds.) (1995). *The impact of values*. Oxford: Oxford University Press.
- Deuze, M. (2002). *Journalists in the Netherlands. An analysis of the people, the issues and the (inter-)national environment*. Amsterdam: Aksant.
- Deuze, M. (2004a). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Deuze, M. (2004b). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5 (2), 139-152.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6 (4), 442-464.
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- Diekerhof, E. (2009). Indekken of checken? Een verkennend onderzoek naar het checken van mondelinge bronnen in de Nederlandse journalistiek. In B. Ummelen (red.), *Journalistiek in diskrediet* (pp. 67-79). Diemen: AMB.
- Dimitrova, D.V. & Strömbäck, J. (2009). Look who's talking. Use of sources in newspaper coverage in Sweden and the United States. *Journalism Practice*, 3 (1), 75-91.
- Divendal, J. (red.) (2001). *De lastige lezer. Prikkelende beschouwingen over de relatie tussen journalistiek en publiek*. Utrecht: Het Spectrum.
- Domenico, M. Di & Phillips, N. (2009). Participant observation. In A. Mills, G. Durepos & E. Wiebe (eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*. Vol. 2, 652-655. Thousand Oaks: Sage.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 680-704.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J.B. & Vujniovic, M. (2009). Participatory journalism practices in the media and beyond. An international comparative study of initiatives in online newspapers. In B. Franklin (ed.), *The future of newspapers* (pp. 203-218). Londen: Routledge.
- Donkers, H., Markhorst, S. & Smits, M. (2010). *Journalistiek schrijven voor het hoger onderwijs*. Bussum: Coutinho.
- Dresden, S. (1987). *Wat is creativiteit? Een essay*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Drok, N. (2007). De journalistieke biotoop. In N. Drok (red.), *De toekomst van de journalistiek* (pp. 9-21). Amsterdam: Boom.
- Drok, N. & Jansen, Th. (2001). *Even geen Den Haag vandaag. Naar een Nederlandse civiele journalistiek*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Entman, R. (1989). *Democracy without citizens. Media and the decay of American politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Erdal, I.J. (2009a). Repurposing of content in multi-platform news production. *Journalism Practice*, 3 (2), 178-195.
- Erdal, I.J. (2009b). Cross-media (re)production cultures. *Convergence*, 15 (2), 215-231.

- Ericson, R.V., Baranek, P.M. & Chan, J.B.C. (1989). *Negotiating control: a study of news sources*. Toronto: University of Toronto Press.
- Evetts, J. (2003). The sociological analysis of professionalism: occupational change in the modern world. *International Sociology*, 18 (2), 395-415.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press.
- Forster, K. (2006). *Journalismus im Spannungsfeld zwischen Freiheit und Verantwortung. Das Konzept des 'Public Journalism' und seine empirische Relevanz*. Köln: Herbert von Halen Verlag.
- Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media. Making the local news*. Londen: Routledge.
- Frequin, L.H.A. (1989). De Gelderlander na 1945: van orthodoxie naar pluriformiteit. In M. de Coe-Wijgerinck, O.S. Lankhorst & J. Roes (red.), *De gezegende pers. Aspecten van de katholieke persgeschiedenis in Nederland tijdens de 19^e en 20^e eeuw* (pp. 283-302). Zeist: Kerckebosch.
- Fritsch, M. (1983). *Informationsquellen im lokalen Bereich*. Bochum: Studienverlag Brockmeyer.
- Gans, H.J. (1979). *Deciding what's news*. Evanston: Northwestern University Press.
- Garcia Avilés, J.A. & Carvajal, M. (2008). Integrated and cross-media newsroom convergence. *Convergence*, 14 (2), 221-239.
- Gemeentearchief Rotterdam/Museum Rotterdam (2011). *Laatste nieuws! De verdwenen kranten van Rotterdam*.
- Gemeente Arnhem (2012). *Staat van Arnhem 2012*.
www.arnhem.nl/Politiek_en_organisatie/Onderzoek_en_cijfers/Stad_en_Wijken/Rapport_Staat_van_Arnhem_2012.pdf
- Gestel, B. van (2006). *Nieuws, beleid en criminaliteit. Over de wisselwerking tussen lokale media en criminaliteitsbestrijders*, Amsterdam: Aksant.
- Geijn, L. van de (verschijnt najaar 2014). *Kranten, ego's, kapitaal. De neergang van de regionale pers*. Amsterdam: Atlas/Contact.
- Gieber, W. (1964). News is what newspaper men make it. In A. Dexter Lewis & D.M. White (Eds.), *People, society and mass communication* (pp. 289-297). Londen: The Free Press.
- Golding, P. & Elliott, P. (1979). *Making the news*. Londen: Longmans.
- Gottlieb, M. (1989). Dangerous liaisons. *Columbia Journalism Review*, 28 (2), 23.
- Greven, J. (2004). *Een kwestie van kwaliteit. KIM-essay en debat*. Nijmegen: Valkhof Pers.
- Grimme, E.P. (1991). *Zwischen Routine und Recherche. Eine Studie über Lokaljournalisten und ihre Informanten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Groenhart, H.P. (2013). *Van boete naar beloning. Publieksverantwoording als prille journalistieke prioriteit*. Tilburg: Fontys.
- Grootveld, H. (1971). De geschiedenis van twee kranten. *De Journalist*, 24, 15.

- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16, 411-426.
- Hagen, P., Boer, N. de, Engelsdorp, H. van, Schilthuis, B. et al. (2004). Het kan altijd beter. Criteria, onderzoek en instrumenten ter verbetering van de kwaliteit van nieuws-media. *De Journalist*, 30 januari 2004, 36-39.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis. Mugging, the state and law and order*. Londen: Macmillan.
- Hanitzsch, Thomas (2007). Deconstructing journalism culture: towards a universal theory. *Communication Theory* 17 (4), 367-385.
- Heeswijk, E. van (2012). *Mediastorm*. Den Haag: Boom Lemma.
- Heider, D., McCombs, M. & Poindexter, P.M. (2005). What the public expects of local news: views on public and traditional journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 952-967.
- Held, B. & Russ-Mohl, S. (2005). Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. In Chr. Fasel (Hrsg.) *Qualität und Erfolg im Journalismus* (pp. 49-84). Konstanz: UVK.
- Hemels, J. (2004). Arnhemmers en hun kranten. Persgeschiedenis aan de Rijn, 1621-2001. *Arnhems Historisch Genootschap Prodesse Conamur*, 24 (2), 47-116.
- Hermans, L. (2000). *Beroepsmatig handelen van journalisten. Een kwalitatief onderzoek bij een televisienieuwsredactie*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Hermans, L., Vergeer, M. & Pleijter, A. (2011). *Nederlandse journalisten in 2010. Onderzoek naar de kenmerken van de beroepsgroep, professionele opvattingen en het gebruik van digitale media in het journalistieke werk*. Nijmegen: Radboud Universiteit. www.journalisteninhetdigitaalperk.nl.
- Hermida, A. & Thurman, N. (2009). A clash of cultures: the integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. In B. Franklin (ed.), *The future of newspapers* (pp. 219-232). Londen: Routledge.
- Het Oplage Instituut (HOI) (2011). *Oplagecijfers dagbladen vierde kwartaal 2010*.
- Heijden, P.F. van der, et al. (2004). *De Nederlandse gedragscode wetenschapsbeoefening. Principes van goed wetenschappelijk onderwijs en onderzoek*. Amsterdam: VSNU.
- Hietbrink, N., Keulen, B. & Voorst, E. van (2010). *Lokale nieuwsmedia en de raadsverkiezingen van 2010. Een onderzoek naar de berichtgeving over de raadsverkiezingen door lokale nieuwsmedia in vijf gemeenten in Nederland*. Zwolle: Kenniscentrum school of media, Hogeschool Windesheim. www.scribd.com/doc/44821730/Eindverslag-Media-en-de-raadsverkiezingen-2010.
- Hirzalla, F. (2008). Generatie Y, burgerschap en het internet: een verkenning van websites. In G. Alberts, M. Blankesteijn, B. Broekmans & Y. van Tilborgh, *Burger in uitvoering* (pp. 222-249). Amsterdam: Aksant.

- Hong, L.K. & Duff, R.W. (2002). Modulated participant-observation: managing the dilemma of distance in field research. *Field Methods* 14 (2), 190-196.
- Hoof, A. van (red.) (1996), *Krant en kwaliteit. Verkenningen naar de onderzoekbaarheid van journalistiek*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Hoof, A. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Hoofredactie Brabants Dagblad (2008). *Leidraad voor ethisch handelen en journalistieke keuzes*. Den Bosch: intern document.
- Hoofredactie Brabants Dagblad (2009). *Nadere uitwerking en standpuntbepaling Contourenschets Plus*. Den Bosch: intern document.
- Hoofredactie Brabants Dagblad (2011). *Notitie Verantwoord modereren*. Den Bosch: intern document.
- Hoofredactie Brabants Dagblad (2011, update van 2010). *Twitter door BD-journalisten*. Den Bosch: intern document.
- Hoofredactie De Gelderlander (2008). *Newsroom of the future bij De Gelderlander*. Nijmegen: intern document.
- Hoofredactie De Gelderlander (2009). *Verklaring van Doorwerth*. Nijmegen: intern document.
- Hoofredactie De Gelderlander (2010). *Operatie MediaMorfose. Op weg naar een cross-en multimediale redactie*. Nijmegen: intern document.
- Hoofredactie De Gelderlander (2010). *Protocol print en online*. Nijmegen: intern document.
- Hout, T. Van (2009). *Writing from sources. Ethnographic insights into business news production*. Gent: Universiteit Gent.
- Huang, E., Rademakers, L., Fayemiwo, M.A. & Dunlap, L. (2004). Converged journalism and quality: a case study of the Tampa Tribune news stories. *Convergence*, 10 (4), 73-91.
- Hijmans, E. (1985). Leerkrachtperspectieven in het basisonderwijs. In W.A. Arts, H.W.A. Hilhorst & F. Wester (red.), *Betekenis en interactie. Symbolisch interactionisme als onderzoeksperspectief* (pp. 22-36). Deventer: Van Loghum Slaterus.
- Hijmans, E. & Wester, F. (2009). Comparing the case study with other methodologies. In A. Mills, G. Durepos & E. Wiebe (eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*. Vol. 1, 176-179. Thousand Oaks: Sage.
- Jansen, Th. & Drok, N. (2005). *Op zoek naar vertrouwen in de pers. Christen Democratische Verkenningen*. Amsterdam: Boom Tijdschriften.
- Jones, N. (1995). *Soundbites and spindoctors*. Londen: Cassell.
- Jonscher, N. (1995). *Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kerkhoven, M. van & Bakker, P. (2010). *The news gap in a no-paper city. Print, broadcast and electronic media during elections in Almere*. Utrecht: University of Applied Sciences Utrecht.

- Kerkhoven, M. van & Bakker, P. (2010). *De convergentiepraktijk; positie, strategie en digitale toekomst van regionale nieuwsmedia*. Working paper Hogeschool Utrecht.
- Kerkhoven, M. van (2012). Digitale strategieën van regionale kranten staan nog in de kinderschoenen. *De Nieuwe Reporter*, 27 februari 2012.
- Keyser, J. De (2012). *Burgerjournalistiek als uitdaging voor de traditionele media. Op zoek naar een typologie voor burgermedia en hun invloed op de traditionele modellen van journalistiek*. Gent: Universiteit Gent.
- Kik, Q. & Landman, L. (red.) (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Diemen: AMB.
- Knapen, B. (1995). Over de invloed van de media. In *Nederland en omstreken. Opstellen over desoriëntatie en democratie* (pp. 167-190). Amsterdam: Prometheus.
- Koolen, W.G.H. (1970). *Profiel van de Arnhemse katholieke krantenlezer*. Nijmegen: De Gelderlander.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001/2007). *The elements of journalism. What news people should know and the public should expect*. New York: Crown.
- Kretschmar, S., Möhring, W. & Timmermann, L. (2009). *Lokaljournalismus*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Lans, J. van der & Vuijsje, H. (2001). *Tilburg: bijzonder gewoon*. Tilburg: Gianotten.
- Larson, M.S. (1977). *The rise of professionalism: a sociological analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Lee, R. van der (1997). Domweg gelukkig in de Dorpsstraat. In T. van der Meulen (red.), *Dichtbij. Regionale kranten in Nederland* (pp. 157-163). Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Lewis, J., Williams, A., Franklin, B., Thomas, J. & Mosdell, N. (2006). *The quality and independence of British journalism. Tracking the changes over 20 years*. Cardiff: Mediawise/Cardiff University.
- Lewis, J., Williams, A. & Franklin, B. (2008a). A compromised fourth estate? UK journalism, public relations and news sources. *Journalism Studies*, 9 (1), 1-20.
- Lewis, J., Williams, A. & Franklin, B. (2008b). Four rumours and an explanation. A political economic account of journalists' changing newsgathering and reporting practices. *Journalism Practice*, 2 (1), 27-45.
- Lewis, S.C., Kaufhold, K. & Lasorsa, D.L. (2010). Thinking about citizen journalism. The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4 (2), 163-179.
- Louw, T. de (2010). *De journalistieke duizendpoot. Een kwalitatief onderzoek naar de competenties van een regionaal dagbladjournalist in het crossmediale tijdperk*. Nijmegen: Masterscriptie Radboud Universiteit (niet uitgegeven).
- Manning, P. (2001). *News and news sources. A critical introduction*. Thousand Oaks: Sage.
- McDevitt, Michael (2003). In defense of autonomy: a critique of the public journalism critique. *Journal of Communication*, 53 (1), 155-164.
- McQuail, D. (1992). *Media performance. Mass communications and the public interest*. Thousand Oaks: Sage.

- McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. Oxford: Oxford University Press.
- McQuail, D. (2013). *Journalism and society*. Thousand Oaks: Sage.
- Meckel, M. (2009). In der Grotte der Erinnerung. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 12 mei 2009.
- Meier, K. (2011. 2. Auflage). *Journalistik*. Konstanz: UVK.
- Merritt, D. (1995). *Public journalism and public life. Why telling the news is not enough*. Hillsdale: Erlbaum.
- Meulen, T. van der (1997). *Dichtbij. Regionale kranten in Nederland*. Den Haag: Sdu uitgevers.
- Meulen (red.), T. van der (2009). *Storm in de media*. Amsterdam: Balans/Ned. Genootschap van Hoofdredacteuren.
- Meyer, Ph. (2004). *The vanishing newspaper. Saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.
- Molotch, H. & Lester, M. (1974). News as purpose behavior: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. *American Sociological Review*, 39 (1), 101-112.
- Mulder, G., Arlman, H. & Tex, U. den (1980). *De val van de Rode Burcht. Opkomst en ondergang van een krantenbedrijf*. Amsterdam: De Arbeiderspers/Vrij Nederland.
- Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM). *NOM Print monitor 2010-2011*.
www.nommedia.nl/nieuws/nieuwe-publicatie-nom-print-monitor-2010-ii2011-i.
- Ned. Vereniging van Journalisten (NVJ) (2011). *De Vak Krant*. Amsterdam: NVJ.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle. Political communications in post-industrial societies*. New York: Cambridge University Press.
- O'Neill, D. & O'Connor, C. (2008). The passive journalist. How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2 (3), 487-500.
- Oosterbaan, W. (2003). *Programma van de krant. Triomf en tekortkomingen van het journalistiek*. Rotterdam: NRC Handelsblad.
- Oosterbaan, W. & Wansink, H. (2008). *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*. Amsterdam: Prometheus.
- Örnebring, H. (2009). The two professionalisms of journalism: journalism and the changing context of work. Working paper. Oxford: Reuters Institute for the study of journalism.
- Otto, T. (2006). Etnografisch veldonderzoek. In F. Wester, K. Renckstorf en P. Scheepers (red.), *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 461-485). Deventer: Kluwer.
- Paterson, C. & Domingo, D. (eds.) (2008). *Making online news. The ethnography of new media production*. New York: Peter Lang.
- Paterson, C. & Domingo, D. (eds.) (2011). *Making online news. Volume 2. Newsroom ethnographies in the second decade of internet journalism*. New York: Peter Lang.

- Paulussen, S. & Ugille, P. (2008). User generated content in the newsroom: professional and organizational constraints on participatory journalism. *Westminster Papers in Communications and Culture*, 5 (2), 24-41.
- Pauly, J.J. (1999). Journalism and the sociology of public life. In Th. L. Glasser (ed.), *The Idea of Public Journalism*, pp. 134-151. New York/Londen: The Guilford Press.
- Pavlik, J.V. (2004). A sea-change in journalism: convergence, journalists, their audiences and sources. *Convergence*, 10 (4), 21-29.
- Peters, V. (2006). De case studie. In F. Wester, K. Renckstorf en P. Scheepers (red.), *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 615-641). Deventer: Kluwer.
- Pleijter, A., Willemsen, E. en Hermans, L. (1997). De definitiemacht van journalisten. Een casestudy naar de wijze waarop regionale dagbladjournalisten met informatiebronnen omgaan. *Communicatiewetenschap*, 25 (4), 281-303.
- Pleijter, A. (2006). *Typen en logica van kwalitatieve inhoudsanalyse in de communicatiewetenschap*. Ubbergen: Tandem felix.
- Pleijter, A. (2010a). 'De pers als waakhond is irritant'. *Toekomst van de journalistiek*, 5 maart 2010, www.toekomstvandejournalistiek.nl/2010/03/de-pers-als-waakhond-is-irritant.
- Pleijter, A. (2010b). Argumenten voor en tegen user generated content. *Toekomst van de journalistiek*, 25 maart 2010. www.toekomstvandejournalistiek.nl/2010/03/argumenten-voor-en-tegen-user-generated-content.
- Pleijter, A. (2011). Journalistiek en social media. In D. van Osch & R. van Zijl, *Basisboek social media*, pp. 121-147. Den Haag: Boom Lemma.
- Pöttker, H. (1999). Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Zum Verhältnis von Berufsethos und universaler Moral im Journalismus. In R. Funiok et al. (Hrsg.), *Medienethik – die Frage der Verantwortung* (pp. 215-232). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Pöttker, H. (2000). Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmassstäbe. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (pp. 375-390). Wiesbaden: West-deutscher Verlag.
- Prenger, M. & Vree, F. van (2004). *Schuivende grenzen. De vrijheid van de journalist in een veranderend medialandschap*. Amsterdam: NVJ.
- Prenger, M. (red.) (2007). *Een selectieve blik. Zelfcensuur in de Nederlandse journalistiek*. Apeldoorn: Het Spinhuis.
- Prenger, M, Valk, L. van der, Vree, F. van & Wal, L. van der (2011). *Gevaarlijk spel. De verhouding tussen pr & voorlichting en journalistiek*. Diemen: AMB. Zie ook de artikelen op www.gevaarlijkspel.denieuwereporter.nl.

- Quandt, T. & Singer, J.B. (2009). Convergence and cross-platform content production. In K. Wahl-Jorgensen en Th. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 130-144). Londen: Routledge.
- Quinn, S. (2005). Convergence's fundamental question. *Journalism Studies*, 6 (1), 29-38.
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO)(2003). *Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Randall, D. (2000). *The universal journalist* (2nd ed.). Londen: Pluto Press.
- Reese, S.D. (1991). Setting the media's agenda: a power balance perspective. In J.A. Anderson (ed.), *Communication Yearbook 14* (pp. 309-340). Thousand Oaks: Sage.
- Reich, Z. (2010). Measuring the impact of PR on published news in increasingly fragmented news environments. *Journalism Studies*, 11 (6), 799-816.
- Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen Ontwikkeling en toepassing van een bron-georiënteerde benadering van journalistiek*. Delft: Eburon.
- Rennen, T. (2005). Wat moet journalistiek met infotainment? Over de grenzen aan journalistiek en journalistieke kwaliteit. In H. Evers & T. Tennen (red.), *Journalistiek moet verder. Tien beschouwingen over journalistiek* (pp. 15-40). Nijmegen: Valkhof Pers.
- Roodenburg, H. (2012). Persvoorlichter (2). *Villamedia magazine* 8, 38.
- Rosen, J. (1999). The action of the idea. Public journalism in built form. In Th. L. Glasser (ed.), *The Idea of Public Journalism* (pp. 21-48). New York/Londen: The Guilford Press.
- Rosengren, K.E., Carlson, M. & Tagerud, Y. (1991). Quality in programming: views from the north. *Studies of broadcasting*, 27, 21-80.
- Russ-Mohl, S. (1996). De kwaliteit van regionale kranten en mogelijkheden voor onderzoek op dit gebied. In A. van Hoof (red.), *Krant en kwaliteit. Verkenningen naar de onderzoekbaarheid van journalistiek* (pp. 141-152). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Russ-Mohl, S. (2006). The economics of journalism and the challenge to improve journalism quality. A research manifesto. *Studies in Communication Sciences* 6, 189-208.
- Ryfe, D.M. (2009). Broader and deeper: a study of newsroom culture in a time of change. *Journalism*, 10, 197-216.
- Ryfe, D.M. (2012). *Can journalism survive? An inside look at American newsrooms*. Cambridge: Polity Press.
- Schönbach, K. (Hrsg.) (1997). *Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Tageszeitungen auf dem Prüfstand*. Bonn: ZV Zeitungs-Verlag.
- Schudson, M. (1999). What public journalism knows about journalism but doesn't know about public. In Th. L. Glasser (ed.), *The Idea of Public Journalism* (pp. 118-133). New York/Londen: The Guilford Press
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: W.W. Norton.

- Schudson, M. (2005). Autonomy from What? In Benson, Rodney & Neveu, Erik (eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (pp. 214-223). Cambridge: Polity Press.
- Shoemaker, P.J. (1991). *Gatekeeping*. Thousand Oaks: Sage.
- Shoemaker, P.J. & Reese, S. (1996). *Mediating the message*. White Plains: Longman.
- Shoemaker, P.J. & Cohen, A. (2006). News around the world: content, practitioners and the public. Londen: Routledge.
- Sigal, L.V. (1973). *Reporters and officials: the organization and politics of newsmaking*. Lexington: D.C. Heath.
- Sigal, L.V. (1987). Sources make the news. In R.K. Manoff & M. Schudson (eds.), *Reading the news*. New York: Pantheon.
- Singer, J.B. (2003). Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4, 139-163.
- Singer, J.B. (2004). More than ink-stained wretches: the resocialization of print journalists in converged newsrooms. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 8 (4), 838-856.
- Smeets, H. (2014). De herproletarisering van de journalist. In F. Becker en M. Hurenkamp (red.), *De gelukkige onderneming. Arbeidsverhoudingen voor de 21^e eeuw* (pp. 79-96). Amsterdam: Wiardi Beckman Stichting / Van Genneep.
- Smeets, J. (2001). *De affaire Oss. Van lokaal conflict tot nationale rel.* Amsterdam: Wereldbibliotheek.
- Smit, J. (2013). *Op eigen benen*. Oratie. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Snijders, H. (2010). 'Oss, omarm midden- en kleinbedrijf'. *Brabants Dagblad*, 6 november 2010.
- Soloski, J. (1989). News reporting and professionalism. Some constraints on the reporting of the news. *Media, Culture & Society*, 11, 207-228.
- Spradley, J.P. (1980). *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Stichting Internet Reclame (STIR). *Bereikcijfers print en online 2010-2011*.
- Tameling, K. & Broersma, M. (2012). Crossmediale dilemma's. De zoektocht naar convergentie bij Nederlandse nieuwsmedia. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 40 (3), 231-250.
- Tameling, K. & Broersma, M. (2013). De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*, 75 (1), 19-34.
- Tuchman, G. (1973). Making news by doing work: routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology* 79 (1), 110-131.
- Tuchman, G. (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (TCITP) (2009). *De volgende editie. Adviesrapport*. www.villamedia.nl/docs/TCITP_rapport_23-06_232449a.pdf.
- Vasterman, P. (1989). Een dag uit het leven van een persbericht. *Reporter*, juli 1989, 16-20.

- Vasterman, P. & Aerden, O. (1995). *De context van het nieuws*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Vreeman, R. (2011). *Lerend leven*. Schoorl: Conserve.
- Wagner, H. (2003). *Journalismus mit beschränkter Haftung. Gesammelte Beiträge zur Journalismus- und Medienkritik*. München: Fischer.
- Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, Th. (2009). Introduction: on why and how we should do journalism studies. In K. Wahl-Jorgensen & Th. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 3-16). Londen: Routledge.
- Wardle, C. & Williams, A. (2010). Beyond user-generated content: a production study examining the ways in which UGC is used at the BBC. *Media, Culture & Society*, 32 (5), 781-799.
- Weaver, D.H. & Wilhoit, G.C. (1996). *The American journalist in the 1990s: U.S. news people at the end of an era*. Mahwah: Erlbaum.
- Weaver, D.H., Beam, R.A., Brownlee, B.J., Voakes, P.S. & Wilhoit, G.C. (2007). *The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah: Erlbaum.
- Wentink, T. (1996). Kwaliteitsmanagement en de kwaliteit van de krant. In A. van Hoof (red.), *Krant en kwaliteit. Verkenningen rond de onderzoekbaarheid van journalistiek* (pp. 27-52). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Wester, F., Renckstorf, K. & Scheepers, P. (red.) (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Westerloo, G. van (2003). Arnhem, het gesloten circuit. In *Niet spreken met de bestuurder* (pp. 69-119). Amsterdam: De Bezige Bij.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2003). *Waarden, normen en de last van het gedrag*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2005). *Focus op functies. Uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- White, D.M. (1950). The gate keeper. A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly* 27, 383-396.
- Williams, A. & Franklin, B. (2007). *Turning around the tanker: implementing Trinity Mirror's online strategy*. Cardiff: Cardiff University.
- Witschge, T. & Nygren, G. (2009). Journalism: a profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6 (1), 37-59.
- Wolf, F. (2010). *Salto Lokale. Das Chancenpotential lokaler Öffentlichkeit*. 15. Mainzer Medien Disput. www.netzwerkrecherche.de/files/mmd-studie-lokaljournalismus-2010.pdf.
- Wolff, L. de (2005). *De krant was koning. Publiekgerichte journalistiek en de toekomst van de media*. Amsterdam: Bert Bakker.

- Wurff, R. van der & Schönbach, K. (2010). *Wenselijkheid en haalbaarheid van een aparte gedragscode voor onlinejournalistiek. Resultaten van een Delphi-studie*. Amsterdam: ASCoR.
- Wurff, R. van der & Schönbach, K. (2012). *Publieke verwachtingen van journalistieke accountability*. Amsterdam: ASCoR.
- Wijffjes, H. & De Jong, B. (red.) (2011). *De hoofdredacteur. Over ondernemend leiderschap in de journalistiek*. Diemen: AMB.
- Ybema, S., Yanow, D., Wels, H. & Kamsteeg, F. (2009). Ethnography. In A. Mills, G. Durepos & E. Wiebe (eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*. Vol. 1, 347-351. Thousand Oaks: Sage.
- Yin, R.K. (2003, 3rd ed.). *Case study research. Design and methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Zoonen, L. van (1998). A professional, unreliable, heroic marionette (m/f): structure, agency and subjectivity in contemporary journalism. *European Journal of Cultural Studies*, 1 (1), 123-143.

Dankwoord

‘Waarom doe je het zelf niet?’ Met deze laconieke vraag van Ellen Hijmans is het in 2005 op haar werkkamer aan de Thomas van Aquinostraat op de universiteits-campus allemaal begonnen. Het Katholiek Instituut voor Massamedia, waarvan Ellen en ik bestuurslid waren, zocht een beginnende academicus met verstand van journalistiek om actuele opvattingen over journalistieke kwaliteit te inventariseren en te evalueren. We konden zo gauw niemand vinden. En ik had tijd, ervaring in journalistiek en, zij het veel minder, in kwalitatief onderzoek – vandaar haar vraag. Zo ontstond in vrij korte tijd onder begeleiding van Fred Wester en Ellen de literatuurstudie *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*.

Omdat de samenwerking ons was bevallen, besloten we van het empirisch vervolg op de literatuurstudie een proefschrift te maken, met Fred als promotor en Ellen als copromotor. Ik dank hen voor de even vruchtbare als plezierige samenwerking. Van beiden heb ik veel geleerd over kwalitatief onderzoek, methodologie, operationalisering en het structureren van onderzoeksresultaten. Ik leerde ook geduld te oefenen, al gaat mij dat nog steeds niet goed af.

Ik dank het KIM-bestuur, in het bijzonder oud-voorzitter Thom Stoelinga, die het onderzoekspad financieel en facilitair voor mij heeft geëffend. KIM-secretaris Henri Geerts fungeerde als trouwe intermediair met het Stimuleringsfonds voor de Pers – sinds medio 2014 verbreed tot Stimuleringsfonds voor de Journalistiek – dat ik dank voor de subsidiëring van een aanzienlijk deel van de onderzoekskosten. Oud-KIM-bestuurder Huub Evers stond met de opzet voor een vervolgonderzoek aan de wieg van het project journalistieke kwaliteit. Jo Bardoel deed de suggestie voor vergelijkend onderzoek bij twee dagbladtitels, en voorzag samen met Liesbeth Hermans een eerste onvoldragen onderzoeksopzet van kanttekeningen. Vanuit Mannheim volgde Jan van Deth het onderzoek op afstand; hij leverde waardevol commentaar op delen van eerdere versies van het manuscript.

Masterstudenten Journalistiek en Nieuwsmedia aan de Radboud Universiteit deden de afgelopen jaren praktijkonderzoek op de redacties van onder meer De Gelderlander in Arnhem en het Brabants Dagblad in Tilburg, onder begeleiding van dr. Liesbeth Hermans en mij. Hun observaties, onderzoeksverslagen en master-

scripties bevatten citaten en andere informatie die ik ter aanvulling op mijn eigen waarnemingen kon gebruiken.

Dank ben ik verder verschuldigd aan de tientallen vroegere collega's op de redacties van het Brabants Dagblad en De Gelderlander die zo spontaan en vaak enthousiast meewerkten aan het onderzoek. De hoofdredacteurs Annemieke Besseling en Kees Pijnappels openden de deuren van hun redacties, de redactiesecretaresses Tineke, Rian en Elisa verschaften me interne documentatie, Henriëtte redde mij menigmaal op mijn dooltochten door het elektronisch Wegenerarchief. De editiechefs Joris Roes, Nico Snels en John Bruinsma gaven me toegang tot alle dagelijkse redactievergaderingen en andere werkzaamheden, en redacteurs in Oss, Tilburg en Arnhem gaven mij het gevoel dat ik nog steeds één van hen was. Ze waren nieuwsgierig naar mijn onderzoek, openhartig in hun antwoorden op soms gevoelige journalistieke en persoonlijke kwesties en droegen menigmaal zelf ervaringen en materiaal aan waarvan zij dachten dat het voor mij nuttig kon zijn. Ik kon mij geen betere onderzoeksomgeving wensen. Rob van der Heiden dank ik speciaal voor zijn bijdrage aan het Arnhemse deelonderzoek persberichten. Zonder zijn hulp had dit niet van de grond kunnen komen.

Voor een illustratie op het omslag vroeg ik Stefan Verwey of de titel van het boek hem kon inspireren. Ik dank hem zeer voor het creatieve staaltje evenwichtskunst als resultaat.

Cecile Janssen van BB Communicatie zorgde ervoor dat de illustraties in het boek professioneel werden bewerkt en op hun pootjes terecht kwamen. Ook met de medewerkers van uitgeverij Boom Lemma was het plezierig samenwerken.

Binnen de sectie Communicatiewetenschap van de Radboud Universiteit kon ik voor bijna elke vraag of logistiek verzoek op het secretariaat terecht bij Susanne Samuelsz, wier woorden 'ik zal voor je kijken' en 'ik maak het voor je in orde' mij als muziek in de oren klonken.

Zonder de onvoorwaardelijke steun van Nelly zou dit proefschrift er niet zijn gekomen. Al vroeg zij zich soms hardop af waarom ik zo nodig moest promoveren, zij zette er vijf jaar lang veel voor opzij om mij de rust en de ruimte te geven. Zij dacht mee, deed suggesties en greep soms de telefoon als zij vond dat het voor mijn bestwil nodig was. Mijn dank is niet in woorden uit te drukken.

Over de auteur

Kees Buijs (Mook, 1945) doorliep het Nijmeegs Lyceum en studeerde twee jaar politieke en sociale wetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam tot hij in 1966 werd aangesteld als journalist bij Het Vrije Volk, achtereenvolgens in Rotterdam en Arnhem. Na de overname van het Gelderse Vrije Volk door Audet was hij van 1971 tot 1978 eindredacteur van De Nieuwe Krant in Arnhem. In dezelfde periode studeerde hij sociologie aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. Na zijn doctoraalexamen (afstudeerrichting sociologie van de massacommunicatie) vervulde hij uiteenlopende functies op de Nijmeegse stadsredactie en de centrale redactie van De Gelderlander. Hij was o.m. provincieteamleider en chef van de centrale eindredactie, wetenschaps- en opinieredacteur, coördinator van het redactionele lezersonderzoek, lezersredacteur/ombudsman, lid van het commentaarteam, recensent non-fictie en van 1990 tot 2007 auteur van een wekelijkse rubriek over journalistiek en media. Daarnaast was hij voorzitter en secretaris van de redactieraad en lid van de sociale begeleidingscommissie van De Gelderlander. Hij was gastdocent aan Fontys Hogeschool voor Journalistiek, Hogeschool voor Journalistiek in Utrecht, de Stichting Cursussen Wetenschapsjournalistiek in Amsterdam en de Wegener journalistenopleiding voor jonge academici. Van 2001 tot 2009 was hij lid van de Raad voor de Journalistiek, bestuurslid van het Katholiek Instituut voor Massamedia (2002-2013) en lid van de redactieraad van het toenmalige kwartaalblad KUzien (tegenwoordig Radboud).

In opdracht van het Katholiek Instituut voor Massamedia deed hij sinds 2005 onderzoek naar actuele opvattingen en praktijken met betrekking tot journalistieke kwaliteit. De literatuurstudie *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk* (verschenen in 2008; 2^e herziene druk 2011) was de afronding van het eerste deel van het KIM-onderzoeksproject; met het empirisch vervolg, de dissertatie, is het project voltooid. Eerder was hij co-auteur van de bundels *De lastige lezer* (Het Spectrum/Trouw, 2001) en *Publieke gerechtigheid* (Damon, 2009).

Na zijn afscheid van De Gelderlander in 2003 bleef hij nog enkele jaren als medewerker wekelijkse bijdragen leveren aan de krant. Daarnaast gaf hij gast-colleges en begeleidde hij masterstudenten communicatiewetenschap aan de Radboud Universiteit. Sinds 2009 is hij er docent in de masteropleiding Media, Journalistiek en Nieuwsgebruik.